



**PELAYANAN PRIMA, KUALITAS PRODUK DAN PENGARUHNYA  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI TOKO “MITRA” KOTA TEGAL**

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat dalam Rangka Penyelesaian Studi Strata Satu untuk  
Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan

Oleh:

CACA SAPUTRI  
NPM 1316500004

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI  
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN  
UNIVERSITAS PANCASAKTI TEGAL  
2020**

## PERSETUJUAN

Skripsi yang berjudul “Pelayanan Prima, Kualitas Produk Dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Toko Mitra Kota Tegal” atas nama “Caca Saputri” telah disetujui oleh Dosen Pembimbing untuk dipertahankan di hadapan sidang Dewan Penguji Skripsi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Pancasakti Tegal.

Tegal, Juli 2020

Pembimbing I



**Dr.Hj.Faridah, M.Si**  
NIDN 0010125901

Pembimbing II



**Neni Hendaryati, M.Pd**  
NIDN. 0625068402

## PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul “Pelayanan Prima, Kualitas Produk dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan di Toko Mitra Kota” telah dipertahankan dihadapan Sidang Dewan Penguji Skripsi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Pancasakti Tegal, Pada:

Hari : Kamis

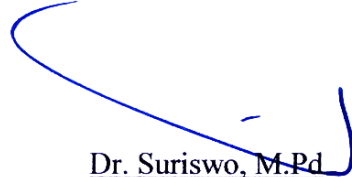
Tanggal : 30 Juli 2020

Sekretaris,



Dr. Hj. Fadiah, M.Si  
NIDN. 0010125901

Ketua,



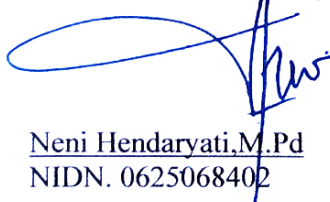
Dr. Suriswo, M.Pd  
NIDN. 0625068402

Anggota Penguji,  
Penguji I,



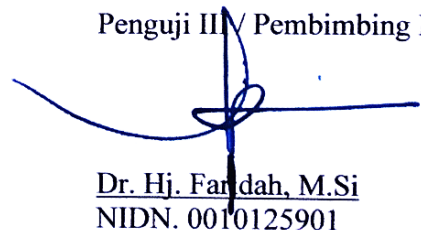
Dr. Hj. Dewi Apriani Fr., MM  
NIDN. 0625066503

Penguji II / Pembimbing II



Neni Hendaryati, M.Pd  
NIDN. 0625068402

Penguji III / Pembimbing I



Dr. Hj. Fadiah, M.Si  
NIDN. 0010125901

Disahkan,  
Dekan FKIP



Dr. Purwo Susongko  
NIDN. 0017047401

## PERNYATAAN

Dengan ini Saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “PELAYANAN PRIMA, KUALITAS PRODUK DAN PENGARUHNYA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI TOKO MITRA KOTA TEGAL” ini berserta isinya benar-benar merupakan karya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku dalam masyarakat keilmuan.

Atas pernyataan ini, Saya siap menanggung resiko/sanksi yang dijatuhkan kepada Saya apabila kemudian hari ditemukan pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam karya Saya ini atau ada klien dari pihak lain terhadap keaslian karya Saya ini.

Tegal, Juli 2020

Yang Menyatakan



Caca Saputri

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

### **Motto:**

- Tidak ada kesuksesan melainkan dengan pertolongan Allah. (Q.S Huud:88)
- Banyak orang yang gagal dalam kehidupan, bukan karena kurangnya kemampuan, pengetahuan atau keberanian namun hanya karena mereka tidak pernah mengatur energinya pada sasaran. (Elbert Hubbard)

### **Persembahan:**

Teriringnya doa dan syukur kepada Allah SWT serta shalawat dan salam kepada Rasulullah SAW, saya persembahkan karya ini untuk:

- ❖ Kedua orang tuaku Bapak Suhardo dan Ibu Rokhani tercinta yang sudah memberikan motivasi dan dukungan. Pengorbanan kalian yang mengantarkan saya untuk menjadi sarjana yang kalian impikan.
- ❖ Kakakku yang saya sayangi. Pengorbanan dan dukungan moril maupun materi untuk semua ini saya ucapkan terimakasih
- ❖ Sahabat-sahabatku Mba Ika Solastri, Rizqi Anggraeni, Mba Neni Lestari, Mba Renni Indah Setiyowati yang setia menemani disaat saya bimbingan.
- ❖ Teman-teman seperjuangan PE
- ❖ Almamater Tercinta

## **PRAKATA**

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, atas segala limpahan rahmat dan hidayah-Nya dan semata-mata atas kehendak-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pelayanan Prima, Kualitas Produk Dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan DI Toko Mitra Kota Tegal” dengan lancar.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menempuh gelar sarjana Pendidikan Program Studi Pendidikan Ekonomi pada Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Pancasakti Tegal. Dalam menyusun skripsi ini, penulis telah banyak menerima bantuan, kerjasama dan sumbangan pikiran dari berbagai pihak individu maupun lembaga. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penyusunan skripsi ini banyak mendapat bantuan baik moril maupun materiil dari berbagai pihak, untuk itu dalam kesempatan ini penulis sampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Fakhruddin, M.Pd, selaku Rektor Universitas Pancasakti Tegal.
2. Bapak Dr. Purwo Susongko, M.Pd selaku Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Pancasakti Tegal.
3. Ibu Dr.Hj.Faridah, M,Si selaku Ketua Program Studi Pendidikan Ekonomi.

4. Ibu Dr.Hj.Faridah, M,Si selaku Dosen Pembimbing I yang telah sabar memberikan bimbingan dan arahan selama penyusunan Skripsi.
5. Ibu Neni Hendaryati, M,Pd selaku Dosen Pembimbing II yang telah sabar memberikan bimbingan dan arahan selama penyusunan Skripsi.
6. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Pendidikan Ekonomi yang telah memberikan ilmu, motivasi, dan pengarahan baik dalam penyusunan skripsi maupun dalam kelancaran studi dari penulis.
7. Seluruh Staff Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Pancasakti Tegal.
8. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Meskipun penulis telah berupaya semaksimal mungkin dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan dari segi isi, bahasa maupun teknik penyajian.

Akhirnya semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis sendiri dan bagi peningkatan mutu pendidikan di Indonesia.

Tegal, Juli 2020

Penulis

Caca Saputri

## ABSTRAK

**SAPUTRI, CACA.** 2020. *Pelayanan Prima, Kualitas Produk Dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Toko Mitra Kota Tegal*. Skripsi. Pendidikan Ekonomi. Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan. Universitas Pancasakti Tegal.

Pembimbing I : Dr. Hj Faridah, M.Si

Pembimbing II : Neni Hendaryati, M.Pd

Kata Kunci : ***Pelayanan Prima, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan***

Pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah pengaruh pelayanan prima dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di Toko Mitra Kota Tegal. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh pelayanan prima dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di Toko Mitra Kota Tegal. Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh pengunjung Toko Mitra Kota Tegal selama satu minggu rata-rata berjumlah 1400 orang. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel yaitu *simple random sampling* dengan menggunakan rumus Issac dan Michael hasil sampel 65 responden, pengumpulan data menggunakan observasi, angket dan dokumentasi. Instrumen penelitian berupa angket dalam bentuk pernyataan sebanyak 10 item soal dari masing-masing variabel yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Data analisis dengan menggunakan metode regresi linier sederhana variabel  $X_1$   $Y = 25,515 + 0,354X_1$  dan nilai signifikansi sebesar 0,000; yang artinya  $0,000 < 0,05$ . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pelayanan prima berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Toko Mitra Kota Tegal yang berarti  $H_{a1}$  diterima. Variabel  $X_2$   $Y = 16,100 + 0,458X_1$  dan nilai signifikansi sebesar 0,000; yang artinya  $0,000 < 0,05$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Toko Mitra Kota Tegal yang berarti  $H_{a2}$  diterima. Data analisis menggunakan regresi linier berganda dengan persamaan  $Y = 12,458 + 0,263X_1 + 0,318X_2$  dan nilai signifikansi sebesar 0,000; yang artinya  $0,000 < 0,05$ . Dengan demikian  $H_{a3}$  diterima. Maka model penelitian dapat disimpulkan bahwa koefisien regresi pelayanan prima ( $X_1$ ) dan kepuasan pelanggan ( $X_2$ ) secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan ( $Y$ ) Kota Tegal.



## ABSTRAC

**SAPUTRI, CACA.** 2020 *excellent service, product quality and its effect on customer satisfaction at Mitra Store in Tegal City. Essay. Economic Education. Faculty of Teacher Training and Education. Pancasakti University Tegal.*

Adivisor I : Dr. Hj Faridah, M.Si

Adivisor II : Neni Hendaryati, M.Pd

**Keywords:** *excellent service, product quality and customer satisfaction*

The main issues in this research was influence prime service and product quality satisfaction partner to customers in a store tegal city. This study attempts to influence influence aware of prime service and product quality satisfaction partner to customers in a store tegal city. Population in this research all visitors Mitra Store Tegal City a week the average were 1400 one. This study quantitative use of a research the sample the simple random sampling with using formulas ishaq and michael sample respondents, the 65 data collection, use observation survey and documentation. Survey in research instruments in the form of statements about 10 as many items of each variables that has been tested reliability and validity. Data regression analysis using a simple linear variable  $X_1$   $Y = 25,515 + 0,354X_1$  And the significance of 0,000; and  $0,000 < 0,05$ . Thus it can be concluded that significant satisfaction prime service to customers in a store partner tegal city meaning  $H_{a1}$  received. Variable  $X_2$   $Y = 16,100 + 0,458X_1$  and the significance of 0,000; and  $0,000 < 0,05$ . So it can be concluded that significant satisfaction product quality to customers in a Store Mitra Tegal City meaning  $H_{a2}$  received. Data using linear regression analysis of berganda with  $he = 12,458 + 0,263X_1 + 0,318X_2$  and the significance of 0,000; and  $0,000 < 0,05$ . Then the model research so it can be concluded that the regression coefficient of excellent service (  $X_1$  ) and customer satisfaction (  $x$  ) together influences customer satisfaction (Y) in Tegal City.

## DAFTAR ISI

|                                 |      |
|---------------------------------|------|
| JUDUL .....                     | i    |
| PERSETUJUAN .....               | ii   |
| PENGESAHAN .....                | iii  |
| PERNYATAAN.....                 | iv   |
| MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....     | v    |
| PRAKATA.....                    | vi   |
| ABSTRAK .....                   | viii |
| ABSTRAC .....                   | ix   |
| DAFTAR ISI.....                 | x    |
| DAFTAR TABEL.....               | xii  |
| DAFTAR BAGAN .....              | xiv  |
| DAFTAR LAMPIRAN.....            | xv   |
| BAB I. PENDAHULUAN .....        | 1    |
| A. Latar Belakang Masalah ..... | 1    |
| B. Identifikasi Masalah .....   | 6    |
| C. Pembatasan Masalah.....      | 6    |
| D. Perumusan Masalah.....       | 6    |
| E. Tujuan Penelitian .....      | 7    |
| F. Manfaat Penelitian .....     | 7    |
| 1. Manfaat Teoritis .....       | 7    |
| 2. Manfaat Praktis .....        | 7    |

|   |    |
|---|----|
| BAB II. TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA BERFIKIR, DAN<br>HIPOTESIS ..... | 9  |
| A. Tinjauan Teoritis .....  | 9  |
| B. Kerangka Berfikir .....  | 24 |
| C. Hipotesis .....  | 25 |
| D. Penelitian Terdahulu .....                                       | 26 |
| BAB III. METODE PENELITIAN.....                                     | 28 |
| A. Pendekatan, Jenis dan Desain Penelitian.....                     | 28 |
| B. Variabel Penelitian .....  | 30 |
| C. Populasi dan Sampel.....   | 30 |
| D. Teknik Pengumpulan Data .....                                    | 33 |
| E. Validitas dan Realibilitas Instrumen Penelitian.....             | 40 |
| F. Teknik Analisis Data .....                                       | 45 |
| BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....                       | 48 |
| A. Deskripsi Data .....   | 48 |
| B. Analisis Data .....  | 52 |
| C. Pembahasan .....   | 63 |
| BAB V. PENUTUP.....   | 67 |
| A. Simpulan.....  | 67 |
| B. Saran .....  | 68 |
| DAFTAR PUSTAKA .....  | 69 |
| LAMPIRAN - LAMPIRAN   |    |

## **DAFTAR TABEL**

|   |    |
|---|----|
| Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu .....                                  | 26 |
| Tabel 3.1 Hasil Wawancara .....   | 34 |
| Tabel 3.2 Lembar Observasi .....  | 35 |
| Tabel 3.3 Pilihan Jawaban Responden.....                                    | 36 |
| Tabel 3.4 Kisi-kisi Angket Penelitian Variabel Pelayanan Prima (X1).....    | 37 |
| Tabel 3.5 Kisi-kisi Angket Penelitian Variabel Kualitas Produk (X2).....    | 38 |
| Tabel 3.6 Kisi-kisi Angket Penelitian Variabel Kepuasan Pelanggan (Y) ..    | 39 |
| Tabel 3.7 Rekapitulasi Hasil Validitas Variabel Pelayanan Prima (X1) .....  | 41 |
| Tabel 3.8 Rekapitulasi Hasil Validitas Variabel Kualitas Produk (X2) .....  | 41 |
| Tabel 3.9 Rekapitulasi Hasil Validitas Kepuasan Pelanggan (Y).....          | 42 |
| Tabel 3.10 Indeks Koefisien Reliabilitas .....                              | 43 |
| Tabel 3.11 Hasil Uji Reliabilitas Variabel .....                            | 43 |
| Tabel 4.1 Data Responden .....  | 51 |
| Tabel 4.2 Hasil Perhitungan Statistik Deskriptif Pelayanan Prima (X1) ....  | 52 |
| Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi Variabel Pelayanan Prima (X1).....           | 53 |
| Tabel 4.4 Hasil Perhitungan Statistik Deskriptif Kualitas Produk (X2) ..... | 54 |
| Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Produk (X2).....           | 55 |
| Tabel 4.6 Hasil Perhitungan Statistik Deskriptif Kepuasan Pelanggan (Y)     | 56 |
| Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Variabel Kepuasan Pelanggan (Y) .....        | 57 |

|   |    |
|---|----|
| Tabel 4.8 Hasil Perhitungan Analisis Regresi Linier Berganda Pelayanan Prima<br>(X1) dan Kualitas Produk (X2) ..... | 58 |
| Tabel 4.9 Hasil Perhitungan Uji Simultan .....  | 60 |

## **DAFTAR BAGAN**

|   |    |
|---|----|
| Bagan 2.1 Kerangka Berpikir.....                          | 24 |
| Bagan 3.1 Desain Penelitian .....                         | 29 |
| Bagan 4.1 Struktur Organisasi Toko Mitra Kota Tegal ..... | 49 |

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Angket

Lampiran 2 Daftar Responden Penelitian

Lampiran 3 Tabulasi Hasil Penelitian Variabel Pelayanan Prima (X1)

Lampiran 4 Tabulasi Hasil Penelitian Variabel Kualitas Produk (X2)

Lampiran 5 Tabulasi Hasil Penelitian Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Lampiran 6 Hasil Validitas Instrumen Variabel Pelayanan Prima (X1)

Lampiran 7 Hasil Validitas Instrumen Kualitas Produk (X2)

Lampiran 8 Hasil Validitas Instrumen Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Lampiran 9 Hasil Reliabilitas

Lampiran 10 Hasil Analisis Deskriptif

Lampiran 11 Tabel Nilai  $r$  *Product Moment*

Lampiran 12 Titik Presentase Distribusi F

Lampiran 13 Surat- Surat Penelitian

Lampiran 14 Berita Acara Bimbingan Skripsi

Lampiran 15 Berita Acara Ujian Skripsi

Lampiran 16 Jurnal Bimbingan Skripsi





## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Perkembangan dunia bisnis pada era globalisasi banyak kemajuan yang terjadi, salah satunya kemajuan pada bisnis ritel atau bisnis eceran yang semakin berkembang dan persaingan di dalam dunia bisnis ritel juga cukup sengit, namun tidak menjadi halangan bagi para pengusaha untuk tetap menjalankan bisnis ritel mereka.

Dilansir dari situs [gobiz.co.id](http://gobiz.co.id) bahwa pada tahun 1960-an bisnis ritel di Indonesia sudah ada dan mengalami peningkatan yang pesat. Saat itu banyak usaha ritel yang bermunculan sampai sekarang usaha ritel terus berkembang pesat bisa dilihat dari banyaknya usaha ritel yang bermunculan disekitar tempat tinggal dari ritel yang berskala kecil hingga menengah.

Banyaknya usaha ritel ini tentu memudahkan masyarakat dalam memenuhi kebutuhan dan gaya hidup, kondisi tersebut memotivasi para pengusaha lebih teliti dalam menciptakan keunggulan atau daya tarik dari produk barang atau jasa yang akan terjun ke pasar agar mendapatkan kepercayaan dari pelanggan untuk menggunakan produk barang atau jasa yang ditawarkan. Persaingan bisnis ritel atau bisnis eceran ini sangat ketat tidak terkecuali di Indonesia. Bisnis ritel sendiri membelah menjadi dua blok, yaitu bisnis ritel tradisional misalnya toko kelontong dan bisnis ritel modern misalnya seperti Yogya Mall, Indomart, dan Alfamart, lain sebagainya.

Bisnis ritel atau bisnis eceran merupakan kegiatan memasarkan produk barang atau jasa yang dilakukan atau dijual secara eceran maupun satuan langsung kepada para konsumen untuk melengkapi kebutuhan rumah tangga atau pribadi. Sebuah bisnis ritel tidak akan terlepas dari individu (orang) yang turut terlibat dalam operasional bisnis ritel. Karyawan sebagai bagian dari bisnis dituntut memiliki keahlian dalam melakukan pelayanan kepada pelanggan dengan baik agar dapat mendukung upaya untuk mencapai tujuan bisnis ritel. Menjalankan suatu bisnis produk barang atau jasa harus memiliki keunggulan atau daya tarik tersendiri dibanding dengan pesaing bisnis lain. Daya tarik yang dapat dilakukan misalnya pada bisnis toko atau swalayan dengan melengkapi produk yang dijual, produk barang yang berkualitas atau memberikan pelayanan yang memenuhi standar kualitas pelayanan.

Pelayanan menjadi faktor pendukung dalam aktivitas jual beli produk dan merupakan unsur penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Pelayanan harus dipandang satu kesatuan dari barang atau jasa yang ditawarkan, karena pemberian pelayanan yang terbaik kepada pelanggan tentu akan menciptakan kepuasan bagi para pelanggan. Setelah pelanggan merasa puas terhadap barang atau jasa yang diterima, pelanggan akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Apabila pelanggan telah merasa puas terhadap barang atau jasa yang diterima, pelanggan akan melakukan pembelian kembali serta memberikan informasi kepada orang lain tentang pelayanan yang diperoleh. Dalam rangka untuk meningkatkan pelayanan pada konsumen, suatu usaha atau bisnis dapat

menerapkan pelayanan yang baik salah satunya dengan menerapkan pelayanan prima.

Menurut Barata (2018:27) pelayanan prima adalah kepedulian kepada pelanggan dengan memberikan layanan terbaik untuk memfasilitasi kemudahan pemenuhan kebutuhan dan mewujudkan kepuasannya, agar mereka selalu loyal kepada organisasi / perusahaan.

Adanya pelayanan prima ini diharapkan akan meningkatkan kualitas pelayanan bisnis kepada pelanggan serta dapat meningkatkan rasa kepuasan pada pelanggan. Untuk memberikan pelayanan kepada pelanggan maka individu (orang) adalah kunci keberhasilannya, karena memberikan pelayanan kepada pelanggan merupakan interaksi antara karyawan/pekerja bisnis dengan masyarakat diluar bisnis. Selain memberikan pelayanan yang baik, kualitas menjadi salah satu kunci lain untuk keberhasilan suatu bisnis atau usaha.

Kualitas merupakan suatu karakteristik yang diharapkan suatu produk barang atau jasa. Apabila pelaku bisnis memberikan kualitas yang terbaik dan meningkatkan kualitas pada produk barang atau jasa yang dijual tentu terdapat keuntungan besar sebagai bagian dari strategi bisnis yang terintegrasi. Suatu kondisi dari sebuah produk barang yang ditawarkan tentu harus memiliki kualitas yang baik agar sesuai dengan pemikiran dan harapan standar ukur yang telah ditetapkan. Kualitas barang bagi para konsumen menjadi sangat penting, adanya kualitas memudahkan pelanggan dalam pengambilan keputusan dan mereka mampu menilai kualitas barang terbaik yang diharapkan sesuai dengan perkiraan sebelum melakukan pembelian.

Adanya penerapan pelayanan prima dan pengadaan barang yang berkualitas diharapkan pengusaha mampu bersaing dengan para pesaingnya, faktor ini tentu akan mempengaruhi rasa kepercayaan pelanggan. Apabila kepercayaan sudah timbul diantara dua belah pihak maka akan memudahkan munculnya rasa kepuasan dalam diri pelanggan. Tetapi menghasilkan barang yang berkualitas jika tidak dapat mempertahankan pelanggan tentu tidak ada artinya. Mempertahankan bagi pelaku bisnis memiliki arti mengharapkan pelanggan untuk melakukan pembelian ulang atas produk barang atau jasa. Agar pelanggan melakukan pembelian ulang pelaku bisnis tentu harus memberikan kepuasan pada pelanggan, karena kepuasan pelanggan merupakan faktor kunci bagi para konsumen untuk melakukan pembelian ulang.

Kepuasan pelanggan menjadi prioritas utama dalam setiap perusahaan atau organisasi. Semua tindakan yang dilakukan untuk mengetahui harapan pelanggan agar menciptakan kepuasan yang berfokus pada pelanggan. Faktor utama yang harus dilakukan untuk membentuk fokus kepada pelanggan adalah dengan cara para pelaku usaha dapat menempatkan karyawannya untuk berinteraksi langsung dengan pelanggan dan memberikan kebebasan karyawan untuk melakukan tindakan untuk memuaskan pelanggan. Kepuasan pelanggan bagi para pengusaha merupakan suatu tolak ukur keberhasilan suatu bisnis mereka. Apabila pengusaha dapat memenuhi kriteria dan harapan atau ekspektasi pelanggan sebelum membeli produk maka dapat dikatakan pengusaha tersebut telah memenuhi rasa kepuasan dalam diri pelanggan.

Toko swalayan “Mitra” merupakan salah satu bisnis ritel yang ada di Kota Tegal tepatnya di daerah Kraton, Kecamatan Tegal Barat, Kota Tegal. Toko “Mitra” hadir sebagai salah satu pusat perbelanjaan yang memberikan pelayanan yang baik serta menyediakan produk-produk yang berkualitas yang mampu bersaing dengan pusat perbelanjaan lain yang ada di Kota Tegal. Toko “Mitra” berupaya memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan misalnya dengan memberikan penanganan keluhan atau komplain dari pelanggan yang biasanya ditangani oleh *supervisor* toko “Mitra” dan penataan produk yang tertata rapi memudahkan konsumen dalam berbelanja. Fasilitas yang tersedia di toko “Mitra” cukup memadai seperti tempat parkir yang luas dan gratis bagi pengunjung toko “Mitra” meskipun lokasi tempat parkir berada di area belakang toko, fasilitas ini tetap dimanfaatkan dengan baik oleh pengunjung toko.

Namun pada kenyataannya pada observasi awal yang dilakukan peneliti, dari segi pelayanan yang diberikan toko “Mitra” kepada pelanggan bisa dikatakan kurang berkualitas. Kurangnya kualitas yang terlihat dari sikap karyawan yang kurang ramah terhadap pelanggan dan pada saat pelanggan kesulitan mencari barang yang diinginkan sementara karyawan sibuk berbicara dengan karyawan lain. Dari segi kualitas produk yang disediakan di toko “Mitra” sebenarnya sudah baik, akan tetapi masih ada beberapa produk barang yang kualitasnya masih kurang baik seperti buah-buahan dan roti yang kualitasnya sudah menurun masih dijual, hal ini tentu akan menyebabkan pelanggan merasa kecewa karena mendapatkan pelayanan dan produk tidak sesuai dengan harapan sehingga dapat mengurangi kepuasan pelanggan. Toko “Mitra” juga belum

memiliki *customer service* sebagai tempat pengaduan keluhan dan pusat informasi yang membantu pelanggan untuk menyatakan keluhan serta mendapatkan informasi mengenai promosi produk yang dijual.

Berdasarkan permasalahan diatas, maka perlu dilakukan pengkajian lebih lanjut mengenai pelayanan prima yang diberikan, kualitas produk yang disediakan dan kepuasan pelanggan. Oleh karena itu penulis melakukan penelitian mengenai “Pelayanan Prima, Kualitas Produk dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelangga di Toko Mitra Kota Tegal”.

## **B. Identifikasi Masalah**

Dari uraian latar belakang masalah tersebut diatas dapat didefinisikan permasalahan penelitian sebagai berikut:

1. Pelayanan yang diterima pelanggan masih kurang, misalnya terlihat dari sikap karyawan yang kurang ramah pada saat pelanggan kesulitan mencari barang yang diinginkan.
2. Masih terdapat produk seperti buah-buahan yang sudah tidak layak jual
3. Belum adanya *customer service* sebagai tempat pengaduan keluhan pelanggan dan pusat informasi produk.

## **C. Pembatasan Masalah**

Dari identifikasi masalah diatas, penulis membatasi permasalahan penelitian pada pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di toko “Mitra” Kota Tegal.

#### **D. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah identifikasi masalah serta pembatasan masalah yang dijadikan diatas dapat disusun rumusan masalah dalam penelitian masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Adakah pengaruh pelayanan prima terhadap kepuasan pelanggan di Toko Mitra Kota Tegal?
2. Adakah pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan Toko Mitra Kota Tegal?
3. Adakah pengaruh pelayanan prima dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan Toko Mitra Kota Tegal?

#### **E. Tujuan Penelitian**

Sejalan dengan perumusan masalah diatas maka tujuan penelitian adalah:

1. Mengetahui dan menganalisis pengaruh pelayanan prima terhadap kepuasan pelanggan di Toko Mitra Kota Tegal.
2. Mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di Toko Mitra Kota Tegal.
3. Mengetahui dan menganalisis pengaruh pelayanan prima dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di toko Mitra Kota Tegal.

#### **F. Manfaat penelitian**

Adapun manfaat yang diharapkan setelah penelitian ini dilaksanakan adalah sebagai berikut:

1. Secara teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan ilmu pengetahuan. Ilmu pengetahuan tersebut adalah pengembangan mikro. Pengembangan pengetahuan teori ekonomi mikro yaitu tentang teori kepuasan (*untility*) bagi pelanggan di toko Mitra Kota Tegal.

2. Secara praktis

- a. Bagi Pemilik Toko Mitra

Dengan penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pelayanan prima, kualitas barang yang disediakan dan penerapan strategi yang efektif sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan.

- b. Bagi karyawan

Dapat dijadikan sebagai tambahan informasi dalam memahami perilaku pelanggan toko Mitra Kota Tegal.

- c. Bagi penulis

Penelitian ini bermanfaat untuk sarana pengembangan ilmu pengetahuan dan dapat menerapkan teori dan konsep-konsep yang diterapkan selama perkuliahan.



## BAB II

### LANDASAN TEORI, KERANGKA BERFIKIR DAN HIPOTESIS

#### A. Landasan Teori

##### 1) Pelayanan Prima

###### a. Pengertian Pelayanan Prima

Pelayanan prima adalah kegiatan untuk memberikan nilai tambah agar dapat memenuhi atau melampaui harapan pelanggan. Pelayanan prima merupakan terjemahan istilah “*excellent service*” yang berarti pelayanan yang terbaik atau sangat baik. Disebut sangat baik atau terbaik karena sesuai dengan standar pelayanan yang berlaku atau dimiliki instansi pemberi pelayanan.

Pelayanan prima adalah kepedulian kepada pelanggan dengan memberikan layanan terbaik untuk memfasilitasi kemudahan pemenuhan kebutuhan dan mewujudkan kepuasannya, agar mereka selalu loyal kepada organisasi / perusahaan (Barata, 2018:27).

Daryanto dan Setyobudi (2014:1), pelayanan prima adalah pelayanan yang terbaik yang diberikan perusahaan untuk memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan, baik pelanggan di dalam perusahaan maupun di luar perusahaan.

Pelayanan prima (*excellent service*) secara harfiah berarti pelayanan yang terbaik. (Rahmayanty, 2018:17) pelayanan prima adalah:

1. Pelayanan yang sangat baik dan melampaui harapan pelanggan.
2. Pelayanan yang memiliki ciri khas kualitas (*quality nice*).
3. Pelayanan dengan standar kualitas yang tinggi dan selalu mengikuti perkembangan kebutuhan pelanggan setiap saat, secara konsisten dan akurat (handal).

4. Pelayanan yang memenuhi kebutuhan praktis (*practical needs*) dan kebutuhan emosional (*emotional needs*) pelanggan.

Berdasarkan pendapat para ahli mengenai pelayanan prima, maka pelayanan prima adalah pelayanan yang menimbulkan rasa percaya pada pelanggan dengan memberikan kelebihan melampaui harapan yang menimbulkan rasa kepuasan pada pelanggan agar mereka melakukan pembelian ulang.

#### **b. Tujuan Pelayanan Prima**

Menurut Rahmayanty (2018:8) tujuan pelayanan prima “Mencegah pembelotan dan membangun kesetiaan pelanggan atau *customer loyalty*.” Sedangkan menurut Daryanto dan Setyobudi (2014:1), pelayanan prima memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Untuk memberikan pelayanan yang bermutu tinggi kepada pelanggan.
2. Untuk menimbulkan keputusan dari pihak pelanggan agar segera membeli barang/jasa yang ditawarkan pada saat itu juga.
3. Untuk menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap barang/jasa yang ditawarkan.
4. Untuk menghindari terjadinya tuntutan-tuntutan yang tidak perlu dikemudian hari terhadap produsen.
5. Untuk menciptakan kepercayaan dan kepuasan kepada pelanggan.
6. Untuk menjaga agar pelanggan merasa diperhatikan segala kebutuhannya.

## 7. Untuk mempertahankan pelanggan.

Berdasarkan beberapa tujuan pelayanan prima yang di atas maka tujuan pelayanan prima adalah memberikan pelayanan yang dapat memenuhi kebutuhan dan memuaskan pelanggan atau masyarakat agar tidak menyebabkan berpalingnya pelanggan, serta dapat memberikan fokus pelayanan yang lebih baik kepada pelanggan.

### c. Konsep Pelayanan Prima

Keberhasilan dalam mengembangkan dan melaksanakan pelayanan prima tidak terlepas dari kemampuan dalam pemilihan konsep pendekatannya. Ada pengembangan pola pelayanan prima berdasarkan konsep A3, yaitu: *Attitude* (Sikap), *Attention* (Perhatian), dan *Action* (Tindakan), tetapi ada pula yang menggunakan konsep lainnya. Barata (2018:31) mengembangkan budaya pelayanan prima berdasarkan pada A6, yaitu mengembangkan pelayanan prima dengan menyelaraskan faktor sebagai berikut:

1. Kemampuan (*Ability*) adalah pengetahuan dan keterampilan tertentu yang mutlak diperlukan untuk menunjang program layanan prima, yang meliputi kemampuan dalam bidang kerja yang ditekuni, melaksanakan komunikasi yang efektif, mengembangkan motivasi, dan menggunakan *public relations* sebagai instrumen dalam membina hubungan ke dalam dan ke luar organisasi/perusahaan.
2. Sikap (*attitude*) adalah perilaku atau perangai yang harus ditonjolkan ketika menghadapi pelanggan.

3. Penampilan (*appearance*) adalah penampilan seseorang, baik yang bersifat fisik saja maupun non fisik, yang mampu merefleksikan kepercayaan diri dan kredibilitas dari pihak lain.
4. Perhatian (*attention*) adalah kepedulian penuh terhadap pelanggan, baik yang berkaitan dengan perhatian akan kebutuhan dan keinginan pelanggan maupun pemahaman atas saran dan kritiknya.
5. Tindakan (*action*) adalah berbagai kegiatan nyata yang harus dilakukan dalam memberikan layanan kepada pelanggan.
6. Tanggung jawab (*Accountability*) adalah suatu sikap keberpihakan kepada pelanggan sebagai wujud kepedulian untuk menghindarkan atau meminimalkan kerugian atau ketidakpuasan pelanggan.

#### **d. Dimensi Pelayanan Prima**

Untuk mengetahui pelayanan yang di berikan oleh karyawan dan yang diharapkan oleh pelanggan maka pelayanan harus berkualitas agar memuaskan pelanggan. Apabila pelayanan yang diberikan tidak sesuai yang diharapkan maka pelayanan dipersepsikan buruk. Oleh karena itu baik tidaknya pelayanan tergantung pada kemampuan karyawan dalam memenuhi harapan pelanggan.

Menurut Adam (2015: 15) memberikan pandangannya mengenai dimensi kualitas pelayanan, bahwa pemberi pelayanan seharusnya mempunyai bagian pelayanan umum dalam organisasi dengan harapan agar kmemungkinkan pelanggan dapat menyampaikan keluhannya untuk ditanggapi dengan baik. Selanjutnya hasil evaluasi dari tanggapan

pelanggan tersebut dapat berguna dalam memperbaiki pelayanan kepada pelanggan.

Menurut Stanton (dalam Maria, 2013:2) kualitas layanan sendiri ditentukan oleh lima dimensi kualitas layanan yaitu:

1. Keandalan (*reliability*), yang meliputi kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan terbaik kepada konsumennya.
2. Tanggapan (*responsiveness*), yang meliputi keinginan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap.
3. Kepastian (*assurance*), yang meliputi kemampuan perusahaan untuk membangkitkan rasa kepercayaan pelanggan mengenai produknya. Dimensi *emphaty/* empati yang meliputi rasa kepedulian dan perhatian secara pribadi yang diberikan pada pelanggan.
4. Penampilan fisik (*tangibles*), yang meliputi penampilan/ bukti fisik.

Sedangkan menurut Andayani & Lubis (2017:234) dimensi kualitas pelayanan, yaitu:

1. *Tangibles* (Bukti fisik) merupakan suatu *service* yang bisa dilihat, bisa dicium dan bisa diraba, maka aspek *tangible* menjadi penting sebagai ukuran terhadap pelayanan.
2. *Reliability* (Keandalan) kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanannya secara tepat dan akurat sehingga dapat memuaskan konsumen.

3. *Responsiveness* (ketanggapan) keinginan perusahaan untuk memberikan bantuan pelayanan yang dibutuhkan oleh konsumen dengan tanggap.
4. *Assurance* (Jaminan), berkaitan dengan keahlian, keterampilan, kejujuran, tanggung jawab, keramahan dan ketidak raguan yang dimiliki oleh karyawan sehingga dengan kemampuannya mampu memberikan pelayanan dengan sebaik-baiknya.
5. *Empathy* (Empati), kemampuan perusahaan yang dilakukan oleh karyawan untuk memberikan perhatian termasuk kepekaan kepada konsumen secara individu.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa dimensi pelayanan terdapat lima yaitu bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati. Dimensi kualitas pelayanan tersebut mengutamakan pelayanan yang terbaik untuk para pelanggan di mulai dari komunikasi, dan menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan.

## **2) Kualitas Produk**

### **a. Pengertian Kualitas Produk**

Definisi kualitas dapat berbeda-beda makna bagi setiap orang, karena kualitas memiliki banyak kriteria dan sangat tergantung konteksnya. Banyak pakar dibidang kualitas yang mencoba untuk mendefinisikan kualitas berdasarkan sudut pandangnya masing-masing.

Menurut Malau (2017:39) “Kualitas adalah pencapaian yang harus diperoleh oleh perusahaan, karena apabila kualitas suatu produk

menurun akan membuat konsumen berpindah kepada produsen lain.”

Produk adalah suatu barang yang nyata yang dapat terlihat atau berwujud dan bahkan dapat dipegang yang dirancang untuk memuaskan keinginan atau kebutuhan konsumen. Produk juga dapat didefinisikan sebagai hasil produksi yang meliputi konsep total. Secara terpadu konsep tersebut meliputi barang, kemasan, merek, label, pelayanan, dan jaminannya (Malau, 2017:31)

Kualitas produk adalah hal penting yang harus dimiliki oleh sebuah produk, sehingga produsen dituntut untuk menghasilkan produk yang berkualitas agar dapat menarik perhatian konsumen dan memenangkan pasar. (Anggraeni, 2016:172)

Berdasarkan pengertian diatas maka kualitas produk adalah sesuatu kondisi dari sebuah produk barang yang ditawarkan berdasarkan pemikiran dan kesesuaian harapan dengan standar ukur yang telah ditetapkan agar dapat menarik perhatian dan memenuhi kebutuhan konsumen.

#### **b. Klasifikasi Produk**

Klasifikasi produk adalah pembagian produk berdasarkan kriteria-kriteria tertentu dengan menggunakan berbagai macam sudut pandang.

Berikut klasifikasi produk menurut (Malau, 2017:33):

- (1) Berdasarkan ketahanannya, terbagi menjadi dua yaitu, (a) Barang tahan lama, barang yang mempunyai wujud, dapat bertahan lama, digunakan berulang kali, dan umur barang tersebut dalam pemakaian normal minimal satu tahun atau lebih. (b) Barang tidak tahan lama, barang yang mempunyai wujud dan langsung habis dikonsumsi

dalam satu kali pemakaian, atau umur barang tersebut dalam pemakaian normal kurang dari satu tahun.

- (2) Berdasarkan jenis konsumsi, produk konsumsi yang dibeli untuk dipakai langsung oleh pelanggan sebagai berikut: (a) Produk nyaman (*convenience goods*), kelompok barang dimana pembeli tidak lagi melakukan banyak analisa atau pertimbangan keputusan untuk membelinya karena telah dikenal dengan baik dan telah sering digunakan. (b) Produk biasa (*Shopping goods*), kelompok barang-barang dimana pembeli perlu melakukan beberapa analisa atau pertimbangan keputusan untuk membeli. Pembeli mencari perbandingan produk-produk sejenis untuk memastikan bahwa pilihan kualitas, harga, dan model yang didapat merupakan pilihan terbaik. (c) Produk khusus (*Specially goods*), kelompok barang-barang dimana pembeli perlu melakukan analisa dan pertimbangan keputusan untuk membeli. Pembeli menggunakan banyak waktu untuk berpikir dan meminta pendapat orang lain sebelum membelinya. (d) Produk luar (*Unsought goods*), kelompok barang-barang dimana pembeli tidak merasa perlu atau masih belum menyadari bahwa barang tersebut penting bagi dirinya. Barang ini disebut barang yang masih diabaikan kepentingannya, produk yang tidak dicair karena mereka belum menginginkan pada saat itu.



Sedangkan klasifikasi produk menurut Tjiptono (2016:179), bisa dilakukan atas berbagai macam sudut pandang. Produk dapat diklasifikasikan kedalam dua kelompok besar yaitu:

- (1) Barang (*Goods*) merupakan produk yang berwujud fisik, sehingga dapat dilihat, diraba, disentuh, dirasa, dipegang, disimpan, dipindahkan, dan mengalami perlakuan fisik lainnya. Ditinjau dari aspek durabilitas atau jangka waktu pemakaian, terdapat dua macam barang yaitu: (a) Barang tidak tahan lama adalah barang berwujud yang biasanya habis konsumsi dalam satu atau beberapa kali pemakaian. Dengan kata lain, umur ekonomisnya dalam kondisi pemakaian normal kurang dari satu tahun. (b) Barang tahan lama merupakan barang berwujud yang biasanya bisa bertahan lama dengan banyak pemakaian
- (2) Jasa (*Services*), jasa merupakan aktivitas, manfaat atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual. Jasa bercirikan *intangible*, *inseparable*, *variabel*, dan *perishable*.

### c. Dimensi Kualitas Produk

Menurut Tjiptono (2006:173) ada delapan dimensi kualitas produk yang dikembangkan dan dapat digunakan sebagai kerangka perencanaan strategis. Dimensi-dimensi tersebut adalah:

1. Kinerja (*Performance*), karakteristik dari produk inti.

2. Keistimewaan Tambahan (*Features*), karakteristik sekunder atau pelengkap, misalnya kelengkapan interior dan eskterior seperti dash bord, AC, sound system, door lock system, power steering.
3. Keandalan (*Reliability*), kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal di pakai.
4. Kesesuaian (*Conformance*), sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya.
5. Daya Tahan (*Durability*), berkaitan dengan berapa lama suatu produk dapat terus digunnakan.
6. Kemampuan pelayanan (*Serviceability*), meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, mudah direpasi; serta penanganan keluhan yang memuaskan.
7. Estetika (*Aesthetics*), daya tarik produk terhadap panca indera.
8. Kualitas yang dipersepsikan (*Perceived quality*), citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya

Sedangkan menurut Prasastono (2012:16) untuk menentukan dimensi kualitas produk dapat melalui tujuh dimensi sebagai berikut:

1. Performa/Kinerja (*Perfomance*), berkaitan dengan aspek fungsional dari produk dan merupakan karakteristik utama yang dipertimbangkan konsumen ketika ingin membeli suatu produk.
2. Interaksi Karyawan, yaitu keramahan, sikap hormat, dan empati yang ditunjukkan oleh perusahaan yang memberi jasa atau barang.

3. Keandalan (*reliability*), berkaitan dengan kemungkinan suatu produk berfungsi secara berhasil dalam periode waktu tertentu dibawah kondisi tertentu.
4. Daya tahan (*Durability*), merupakan ukuran masa pakai suatu produk. Karakteristik ini berkaitan dengan daya tahan produk.
5. Ketepatan Waktu dan Kenyaman, seberapa cepat produk diserahkan atau diperbaiki, seberapa cepat informasi jasa diberikan.
6. Estetika (*Aesthetic*), penampilan fisik perusahaan yang dapat menjadi daya tarik dimana jasa dan produk diterima.
7. Kewajaran Merk

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa dimensi pelayanan terdapat 8 yaitu kinerja, keistimewaan, kehandalan, kesesuaian, daya tahan, kemampuan pelayanan, estetika dan kualitas yang dipersepsikan. Dimensi kualitas produk tersebut mengutamakan kualitas produk yang terbaik untuk para pelanggan agar pelanggan merasakan kepuasan pada produk yang dibeli.

### **3) Kepuasan Pelanggan**

#### **a. Pengertian Kepuasan Pelanggan**

Dalam konsep pemasaran menekankan pentingnya kepuasan pelanggan sebagai penunjang keberhasilan suatu perusahaan atau organisasi untuk mewujudkan tujuan yang diharapkan. Menurut Irawan (Daryanto, 2014:53) “Pelanggan yang puas adalah pelanggan yang akan berbagai kepuasan dengan produsen atau penyedia jasa.”

Menurut Yamit (2018:78) “kepuasan pelanggan adalah hasil (*outcome*) yang dirasakan atau penggunaan produk dan jasa, sama atau melebihi harapan yang diinginkan.” Silvia (2013:5) berpendapat bahwa “kepuasan konsumen dihasilkan dari proses perbandingan antara kinerja yang dirasakan dengan harapannya, yang menghasilkan *disconfirmation paradigm*.”

Berdasarkan beberapa pendapat tersebut, dapat diketahui bahwa kepuasan pelanggan adalah rasa kepuasan dalam diri pelanggan terhadap suatu produk tertentu atau lainnya dan merupakan hasil dari perbandingan yang dilakukan oleh pelanggan terhadap tingkat manfaat yang ditawarkan dengan tingkat manfaat yang telah diharapkan oleh pelanggan sebelum melakukan pembelian.

#### **b. Faktor-Faktor Pendorong Kepuasan Pelanggan**

Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan tentu harus ada faktor-faktor yang mendorong pelanggan untuk mencapai kepuasan yang sesuai dengan harapannya. Menurut Daryanto, (2014: 53) berdasarkan studi literature, terdapat lima *drive* utama kepuasan pelanggan, yaitu:

1. Kualitas Produk, pelanggan akan merasa puas apabila membeli dan menggunakan produk yang ternyata memiliki kualitas yang baik.
2. Harga, untuk pelanggan yang sensitif, harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena mereka akan mendapatkan *value of money* yang tinggi. Bagi pelanggan yang tidak sensitif terhadap harga, komponen harga relatif tidak penting bagi mereka.

3. Kualitas Pelayanan, kualitas pelayanan sangat penting tergantung pada tiga hal yaitu sistem, teknologi, dan manusia. Faktor manusia ini memegang kontribusi sebesar 70%.
4. Faktor Emosional, untuk beberapa produk yang berhubungan dengan gaya hidup, seperti mobil, kosmetik dan pakaian, faktor emosional menempati tempat yang penting untuk menentukan dan mendasari kepuasan pelanggan.
5. Biaya dan Kemudahan, pelanggan akan semakin puas apabila relatif murah, nyaman, dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan.

**c. Mengukur Kepuasan Pelanggan**

Untuk memantau dan mengukur tingkat kepuasan pelanggan. Setiap perusahaan dapat menggunakan beberapa metode yang ada. Dalam penelitian tingkat kepuasan pelanggan terdapat lima dimensi atribut faktor utama yang harus diperhatikan menurut Zeithaml dan Bitner (Cokorda, 2018:45), yaitu:

1. Kualitas Produk, yakni pelanggan yang merasa puas apabila hasil evaluasi setelah penggunaan produk menunjukkan bahwa produk berkualitas.
2. Kualitas pelayanan, yakni pelanggan yang merasa puas apabila mendapatkan pelayanan yang sesuai dengan apa yang diharapkan.
3. Faktor manusia atau emosional, yakni tingkat kepuasan yang cenderung tinggi akibat keyakinan dan kebanggaan pelanggan bahwa

orang lain akan kagum apabila dia menggunakan produk dengan merek tertentu.

4. Harga, yakni penetapan harga yang relatif murah untuk produk yang mempunyai kualitas yang sama akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggan.
5. Faktor situasi atau biaya, yakni pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa akan cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.

Sedangkan Menurut Bahar (2015:11) berpendapat bahwa terdapat tiga dimensi dalam mengukur kepuasan pelanggan secara universal yaitu:

1. *Attributes related to product* yaitu dimensi kepuasan yang berkaitan dengan atribut dari produk seperti penetapan nilai.
2. *Attributes related to service* yaitu dimensi kepuasan yang berkaitan dengan atribut dari pelayanan.
3. *Attributes related to purchase* yaitu dimensi kepuasan yang berkaitan dengan atribut dari keputusan untuk membeli atau tidaknya dari produsen seperti kemudahan mendapat informasi, kepuasan karyawan dan juga pengaruh reputasi perusahaan.

#### **d. Dimensi Kepuasan Pelanggan**

Untuk mengetahui harapan dan tingkat kepuasan pelanggan, maka suatu produk dan jasa yang ditawarkan harus memiliki unsur-unsur yang

membedakan dari produk dan jasa pesaing lainnya. Pelanggan merasa puas bila harapannya terpenuhi atau akan sangat puas bila harapan pelanggan terlampaui, ada lima faktor utama kepuasan pelanggan yang harus terpenuhi, yaitu kualitas produk, harga, kualitas layanan, *emotional factor*, dan kemudahan menurut (Prasastono, 2012:17)

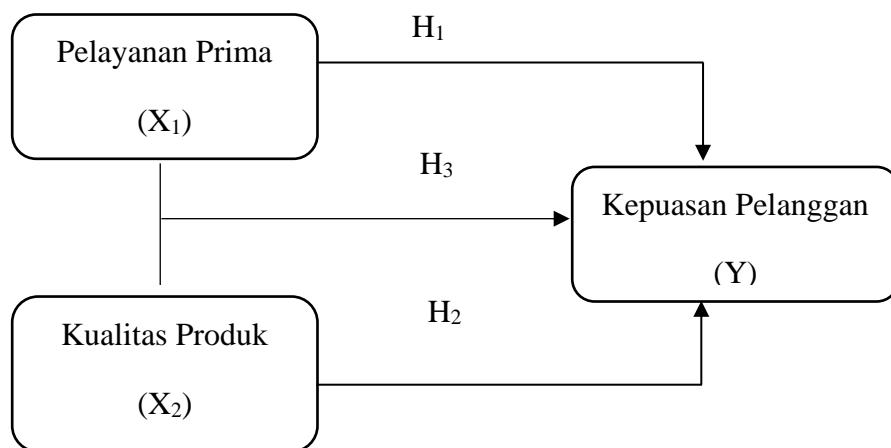
1. Dimensi Kualitas Produk, mutu produk merupakan faktor kepuasan pelanggan yang pertama. Mutu produk adalah dimensi global yang tersedia dari 6 elemen, yaitu *performance*, *durability feature*, *consistency*, dan *design*.
2. Dimensi Harga, untuk pelanggan yang sensitif, harga yang murah merupakan sumber kepuasan yang penting karena pelanggan akan mendapatkan *value for money* yang tinggi. Komponen harga menjadi tidak penting bagi mereka yang tidak sensitif terhadap harga.
3. Dimensi Mutu Pelayanan, mutu pelayanan (*service quality*) sangat tergantung pada 3 hal yaitu sistem, teknologi, dan manusia.
4. Dimensi Emosional, ketika konsumen akan melakukan pembelian akan ditemukan banyak faktor emosional emosional. Dimensi emosional dibagi menjadi tiga faktor yaitu: *estetika*, *self expressive value*, dan *brand personality*.
5. Dimensi kemudahan, konsumen/pelanggan akan semakin puas apabila merasa mudah, nyaman dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa dimensi kepuasan pelanggan terdapat lima yaitu harga, kualitas pelayanan, kualitas produk *emotional product* dan kemudahan.

## B. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir dalam penelitian ini diharapkan bahwa penerapan pelayanan prima dan produk yang berkualitas di Toko Mitra dapat diwujudkan untuk mencapai kepuasan pelanggan (satuan kerja) sebagai penerima layanan. Suatu bisnis tentu harus memberikan pelayanan yang terbaik dan menyediakan produk yang berkualitas dalam memenuhi kebutuhan serta menimbulkan rasa kepuasan pelanggan.

Komponen pelayanan prima, kualitas produk, terhadap kepuasan pelanggan dapat digambarkan sebagai berikut:



**Bagan 2.1 Kerangka Berpikir**



Keterangan:

Variabel Bebas : Pelayanan Prima ( $X_1$ ) dan Kualitas Produk ( $X_2$ )

Variabel Terikat : Kepuasan Pelanggan ( $Y$ )

Variabel bebas akan mempengaruhi variabel terikat antara lain; pelayanan prima ( $X_1$ ) yang mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan ( $Y$ ), variabel bebas yaitu pelayanan prima ( $X_1$ ) dan kualitas produk ( $X_2$ ) mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan ( $Y$ ) dan kualitas produk ( $X_2$ ) juga mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan ( $Y$ ).

### C. Hipotesis

Hipotesis adalah suatu pendapat atau kesimpulan yang sifatnya masih sementara, belum benar-benar bertatus sebagai tesis. Sifat sementara dari hipotesis ini mempunyai arti bahwa suatu hipotesis dapat diubah atau diganti dengan hipotesis lain yang lebih tepat (Soeratno dan Lincoln, 2018:19)

Berdasarkan kerangka berpikir diatas, maka perumusan hipotesis sebagai berikut:

#### 1. Hipotesis alternatif ( $H_a$ )

$H_{a1} = \text{Sig} < 0,05$ , Terdapat pengaruh signifikan pelayanan prima ( $X_1$ ) terhadap kepuasan pelanggan ( $Y$ ) pada Toko Mitra Kota Tegal.

$H_{a2} = \text{Sig} < 0,05$ , Terdapat pengaruh signifikan kualitas produk ( $X_2$ ) terhadap kepuasan pelanggan ( $Y$ ) pada Toko Mitra Kota Tegal.

$H_{a3} = \text{Sig} < 0,05$ , Terdapat pengaruh signifikan pelayanan prima ( $X_1$ ) dan kualitas produk ( $X_2$ ) secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada Toko Mitra Kota Tegal.

## 2. Hipotesis nol ( $H_0$ )

$H_{01} = \text{Sig} > 0,05$  , Tidak terdapat pengaruh signifikan pelayanan prima ( $X_1$ ) terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada Toko Mitra Kota Tegal.

$H_{02} = \text{Sig} > 0,05$ . Tidak terdapat pengaruh signifikan kualitas produk ( $X_2$ ) terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada Toko Mitra Kota Tegal.

$H_{03} = \text{Sig} > 0,05$ , Tidak terdapat pengaruh signifikan pelayanan prima ( $X_1$ ) dan kualitas produk ( $X_2$ ) secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada Toko Mitra Kota Tegal.

## D. Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu yang pernah dilakukan oleh pihak 3 lain yang dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan yang berkaitan dengan masalah penelitian, antara lain:

**Tabel 2.1**

### Hasil Penelitian Terdahulu

| No. | Penulis                        | Judul Penelitian   | Hasil  |
|-----|--------------------------------|--|--|
| 1   | Kartika Nur Rahawati, 2017     | Pengaruh kualitas produk dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Kedaibangsawan Klaten | Terdapat pengaruh secara signifikan antara kualitas produk dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Kedalbangsawan Klaten |
| 2   | Danang Kusuma Atmawijaya, 2015 | Pengaruh kualitas pelayanan dan hubungan pelanggan terhadap kepuasan pelanggan             | Terdapat pengaruh yang positif antara kualitas pelayanan dan hubungan pelanggan terhadap                                     |

|   |                                  |   |  |
|---|----------------------------------|---|--|
|   |                                  | perusahaan daerah air minum kab. Brebes   | kepuasan pelanggan perusahaan daerah air minum kab. Brebes   |
| 3 | Andreas Riko Aditya Wijaya, 2014 | Pengaruh persediaan produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Toko Maranatha Petshop Kota Tegal | Terdapat pengaruh yang positif antara persediaan produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Toko Maranatha Petshop Kota Tegal |
| 4 | Halida Utami, 2013               | Pengaruh kualitas produk dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada usaha dagang Ria Catering Pekanbaru       | Terdapat pengaruh positif antara kualitas produk dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada usaha dagang Ria Catering Pekanbaru            |
| 5 | Meilastri Novita, 2012           | Pengaruh pelayanan prima terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Mandiri (Persero) tbk Cabang Kartini Makassar    | Terdapat pengaruh yang signifikan antara pelayanan prima terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Mandiri (Persero) tbk Cabang Kartini Makassar |

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Pendekatan, Jenis, Dan Desain Penelitian**

##### **1. Pendekatan Penelitian**

Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif yang berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik. Sugiyono (2017:14). Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Pada penelitian ini pengukuran data menggunakan analisis deskriptif dan analisis regresi.

##### **2. Jenis Penelitian**

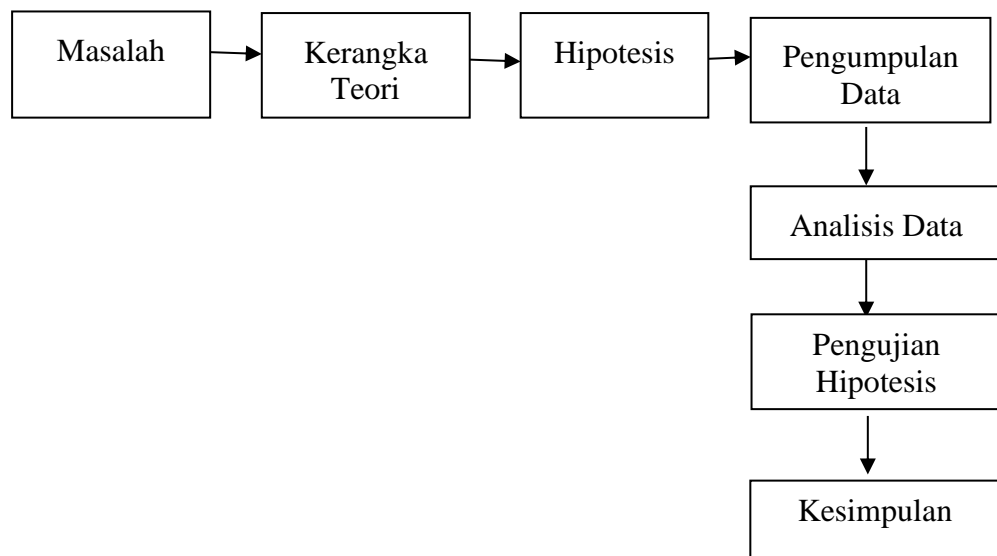
Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian korelasional asosiatif. Penelitian korelasional asosiatif atau hubungan sebab akibat adalah penelitian yang dilakukan oleh peneliti untuk mengetahui tingkat hubungan antara dua variabel atau lebih, tanpa melakukan perubahan, tambahan, atau manipulasi terhadap data yang sudah ada (Arikunto, 2013:4).

##### **3. Desain Penelitian**

Arikunto (2013:90), Desain penelitian adalah rencana atau rancangan yang dibuat oleh peneliti, sebagai anar-ancar kegiatan yang akan dilaksanakan. rancangan yang tersusun secara sistematis akan membantu penelitian dalam

pengumpulan dan menganalisis data untuk memperoleh jawaban atas pertanyaan dalam suatu penelitian.

Desain penelitian dalam penelitian pengaruh pelayanan prima dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan dapat digambarkan sebagai berikut:



**Bagan 3.1 Desain Penelitian**

Keterangan:

Berdasarkan bagan 3.1 dapat dijelaskan bahwa penelitian ini diawali dari menemukan masalah pelayanan prima dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di Toko Mitra Kota Tegal. Setelah menemukan permasalahan kemudian disusun dengan menggunakan beberapa kajian teori sehingga dapat ditarik rumusan jawaban sementara/hipotesis, langkah selanjutnya untuk pembuktian hipotesis dilakukan pengumpulan data dengan cara memberikan angket pada responden. Setelah semua data diperoleh kemudian data diolah dan

dianalisis melalui pengujian hipotesis untuk mengetahui apakah hipotesis diterima atau ditolak dan langkah terakhir dapat sebuah kesimpulan.

## **B. Variabel Penelitian**

Sugiyono (2017:60) berpendapat bahwa variabel adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel dalam penelitian ini yaitu:

### **1. Variabel Bebas**

Adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat (Sugiyono, 2017:61), adapun variabel bebas dalam penelitian ini adalah pelayanan prima ( $X_1$ ) dan kualitas produk ( $X_2$ ).

### **2. Variabel Terikat**

Adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2017:61), adapun variabel terikat dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan ( $Y$ ).

## **C. Populasi dan Sampel**

### **1. Populasi penelitian**

Sugiyono (2017:117) berpendapat bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi bukan hanya sekedar jumlah yang ada pada obyek atau subyek tersebut. Populasi yang akan dikaji pada penelitian ini yaitu seluruh

pengunjung Toko Mitra Kota Tegal selama satu minggu rata-rata 1400 pengunjung.

## 2. Sampel penelitian

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi terlalu besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi karena adanya keterbatasan (dana, tenaga, dan waktu) maka peneliti menggunakan teknik Sampling Insidental. Sampling Insidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sumber data. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh pengunjung Toko Mitra Kota Tegal. Untuk menentukan besarnya sampel dari populasi yang tidak diketahui jumlahnya, menggunakan rumus Issac dan Michael (Sugiyono, 2017:69):

$$s = \frac{x^2 \cdot N \cdot P \cdot Q}{d^2(N - 1) + x^2 \cdot P \cdot Q}$$

Keterangan:

S = jumlah sampel

$x^2$  = Chi Kuadrat yang harganya tergantung derajat kebebasan dan tingkat kesalahan. Untuk Derajat Kebebasan 1 dan kesalahan 5% harga Chi Kuadrat = 3,841. Harga Chi Kuadrat untuk kesalahan 1% = 6,634 dan 10% = 2,706.

N = Jumlah Populasi

P = Peluang benar (0,5)

Q = Peluang salah (0,5)

$d$  = Perbedaan antara rata-rata sampel dengan rata-rata populasi. 0,01; 0,05 dan 0,10

Populasi dalam penelitian ini sekitar 1400 orang pengunjung selama 1 minggu, dengan tingkat kesalahan 10% dan perbedaan rata-rata populasi = 0,10 Sehingga jumlah sampel pada penelitian ini dapat dihitung menggunakan rumus Isaac dan Michael sebagai berikut:

$$s = \frac{x^2 \cdot N \cdot P \cdot Q}{d^2(N-1) + x^2 \cdot P \cdot Q}$$

$$s = \frac{2,706 \cdot 1400 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{0,10^2(1400-1) + 2,706 \cdot 0,5 \cdot 0,5}$$

$$s = \frac{947,1}{0,10^2(1399) + 0,6765}$$

$$s = \frac{947,1}{14,6665} = 64,58$$

Berdasarkan perhitungan sampel diatas diperoleh hasil 64,58 maka sampel yang diambil dalam penelitian ini dibulatkan menjadi 65 responden.

### 3. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah menggunakan *simple random sampling*. Sugiyono (2017:63) berpendapat bahwa “*simple random sampling* adalah teknik pengambilan sampel dari anggota populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi”. Teknik pengambilan sampel ini memberikan kesempatan yang sama kepada populasi untuk dijadikan sampel.



#### **D. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena atujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan (Sugiyono, 2017:308). Dalam penelitian in menggunakan metode:

##### **1. Observasi**

Sugiyono (2017:203) observasi sebagai teknik pengumpulan data mempunyai ciri spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain, yaitu wawancara dan angket. Teknik pengumpulan data digunakan apabila peneliti berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar. Metode observasi digunakan untuk mengetahui pengaruh pelayanan prima dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di toko “Mitra” dan untuk mengetahui serta memperoleh data awal dalam penelitian.

##### **2. Dokumentasi**

Dokumentasi menurut Arikunto (2013:274) yaitu mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, lengger, agenda, dan sebagainya. Data yang diperoleh melalui dokumentasi adalah foto-foto penelitian, stuktur organisas dan hal lain yang berkaitan dengan Toko Mitra Kota Tegal.

##### **3. Wawancara**

Wawancara merupakan pertemuan dua orang atau lebih untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna

dalam suatu topik tertentu. Sugiyono (2017:317). Berikut adalah hasil wawancara dari Toko Mitra Kota Tegal.

**Tabel 3.1**  
**Hasil Wawancara**

| No. | Pertanyaan   | Jawaban  |
|-----|--|--|
| 1.  | Toko Mitra Kota Tegal pertama berdiri pada tahun   | Tahun 1975   |
| 2.  | Pemilik Toko Mitra Kota Tegal  | Joni Riyanto   |
| 3.  | Jumlah karyawan yang ada di Toko Mitra Kota Tegal  | 78 Karyawan  |
| 4.  | Pembagian shift kerja untuk karyawan di Toko Mitra Kota Tegal  | Shift A : 08:00 -13:00<br>Shift B : 13:00 -15:30<br>Shift C : 15:30 -21:00 |
| 5.  | Berapa banyak pengunjung di Toko Mitra Kota Tegal  | 1 Hari ada 200 pengunjung  |
| 6.  | Fasilitas yang disediakan di Toko Mitra Kota Tegal   | Tempat parkir yang luas dan gratis   |
| 7.  | Komplain dari konsumen saat berbelanja   | Segi Pelayanan dan produk  |
| 8.  | Jangka waktu produk (roti, buah-buahan) yang didisplay berapa lama                                       | 2 – 3 hari   |
| 9.  | Adakah <i>customer service</i> di Toko Mitra Kota Tegal  | Belum tersedia <i>customer service</i>                                     |
| 10. | Cara menangani komplain dari pelanggan tentang kualitas produk sudah menurun tindakan apa yang dilakukan | Melakukan pembatalan   |

#### 4. Angket

Sugiyono (2017:199) berpendapat bahwa angket merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

Angket dapat berupa pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos, atau internet. Dimensi angket yang akan disajikan untuk pelanggan meliputi pelayanan prima, kualitas produk, dan kepuasan pelanggan.

## E. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati (Sugiyono, 2015:148)

Dalam penelitian ini instrumen penelitian yang digunakan adalah angket untuk memperoleh informasi tentang pelayanan prima dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di toko “Mitra”. Data yang diperoleh melalui prosedur pengumpulan data selanjutnya dianalisis menggunakan:

### 1. Lembar Observasi

Lembar observasi digunakan untuk mengetahui bagaimana pelayanan prima dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di toko “Mitra” dan untuk mengetahui serta memperoleh data awal dalam penelitian. Berikut adalah lembar observasi yang dilakukan di Toko Mitra Kota Tegal:

**Tabel 3.2 Lembar Observasi**

| No. | Aspek Penelitian                  | Ya/Tidak | Keterangan  |
|-----|-----------------------------------|----------|---|
| 1.  | Penanganan keluhan pelanggan      | Ya       | Penanganan keluhan pelanggan biasanya ditangani oleh supervisor toko  |
| 2.  | Pelayanan yang diberikan karyawan | Tidak    | Masih ditemukan karyawan yang kurang ramah                            |
| 3.  | Penataan produk-produk            | Ya       | Produk-produk sudah tertata rapi memudahkan konsumen dalam berbelanja |

|    |                           |       |  |
|----|---------------------------|-------|--|
| 4. | Kualitas produk           | Tidak | Masih ditemukan produk produk dengan kualitas menurun yang masih dijual      |
| 5. | Fasilitas yang disediakan | Ya    | Beberapa fasilitas sudah memadai seperti tempat parkir gratis bagi pelanggan |

## 2. Angket

Angket yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket semi terbuka, dimana responden diberikan kesempatan untuk memberikan jawaban sesuai persepsi mereka masing-masing. Responden memberi tanda ceklist (✓) pada jawaban yang sudah disediakan.

Selanjutnya kuesioner disebar dan diberikan bobot sesuai jawaban dan tingkat kepentingan model skala Likert. Menurut Sugiono (2017:93) skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok tentang kejadian atau gejala sosial.

Instrumen angket mengenai pernyataan diisi oleh responden sesuai dengan kejadian yang terjadi atau fakta. Berikut tabel penyusunan dan pemberian skor pada angket:

**Tabel 3.3**

### Pilihan Jawaban Responden

| No | Kriteria            | Tanggapan | Skor |
|----|---------------------|-----------|------|
| 1  | Sangat Setuju       | SS        | 5    |
| 2  | Setuju              | ST        | 4    |
| 3  | Ragu-Ragu           | RG        | 3    |
| 4  | Tidak Setuju        | TS        | 2    |
| 5  | Sangat Tidak Setuju | STS       | 1    |

Sumber: Sugiyono (2017:135)

**a) Kisi-kisi Instrumen**

Kisi-kisi instrumen yang akan disajikan untuk pelanggan meliputi pelayanan prima, kualitas produk dan kepuasan pelanggan. Berikut adalah kisi-kisi instrumen:

**Tabel 3.4 Kisi-kisi Angket Penelitian Variabel Pelayanan Prima (X<sub>1</sub>)**

| Variabel                              | Dimensi        | Indikator  | Butir Soal |
|---------------------------------------|----------------|--|------------|
| Pelayanan Prima (X <sub>1</sub> )     | Bukti Langsung | a. Kelengkapan seragam karyawan  | 1          |
|                                       |                | b. Penataan ruang  | 2          |
|                                       | Kehandalan     | a. Keakuratan informasi  | 3          |
|                                       |                | b. Kecepatan pelayanan   | 4          |
|                                       |                | c. Penanganan keluhan tepat  | 5          |
|                                       | Daya Tanggap   | a. Tidak membiarkan pelanggan menunggu terlalu lama                        | 6          |
|                                       |                | b. Merespon permintaan pelanggan   | 7          |
|                                       | Jaminan        | a. Merasa aman dan nyaman ketika berbelanja                                | 8          |
|                                       |                | b. Karyawan memiliki pengetahuan luas                                      | 9          |
|                                       | Empati         | a. Memberikan perhatian secara perorangan seperti mengingat nama pelanggan | 10         |
|                                       |                | b. Menarik minat pelanggan untuk menggunakan produk secara kontinyu        | 11         |
|                                       |                | c. Memberikan perhatian secara perorang seperti mengingat nama pelanggan   | 12         |
| Sumber: Andayani dan Lubis (2017:234) |                |  |            |

**Tabel 3.5 Kisi-kisi Angket Penelitian Variabel Kualitas Produk (X<sub>2</sub>)**

| <b>Variabel</b>                        | <b>Dimensi</b>   | <b>Indikator</b>   | <b>Butir Soal</b> |
|--|--|--|-------------------|
| Kualitas Produk (X <sub>2</sub> )      | <i>Perfomance</i><br>(Kinerja)                             | a. Kegunaan produk<br>b. Kemudahan dalam mendapatkan produk                      | 13<br>14          |
|  | <i>Features</i><br>(Keistimewaan tambahan)                 | a. Tata letak produk<br>b. Kelengkapan produk<br>c. Terdapat pilihan produk lain | 15<br>16<br>17    |
|  | <i>Reliability</i><br>(Kehandalan)                         | a. Produk tahan lama<br>b. Kemasan produk menarik                                | 18<br>19          |
|  | <i>Conformance</i><br>(Kesesuaian)                         | a. Sudah memiliki izin beredar dan halal<br>b. Produk aman dikonsumsi            | 20<br>21          |
|  | <i>Durability</i> (Daya tahan)                             | a. Tanggal kadaluarsa tercantum  | 22                |
|  | <i>Serviceability</i><br>(Kemampuan pelayanan)             | a. Adanya penanganan keluhan atas produk yang ditawarkan                         | 23                |
|  | <i>Asthetics</i><br>(estetika)                             | a. Desain produk unik  | 24                |
|  | <i>Perceveid quality</i><br>(Kualitas yang di persepsikan) | a. Reputasi produk yang ditawarkan baik  | 25                |
| Sumber: Tjiptono (Anggraeni, 2017:173) |  |  |                   |

**Tabel 3.6 Kisi-kisi Angket Penelitian Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)**

| <b>Variabel</b>                        | <b>Dimensi</b>                              | <b>Indikator</b>   | <b>Butir soal</b> |
|--|---|--|-------------------|
| Kepuasan Pelanggan (Y)                 | <i>Price</i> (Harga)                        | a. Harga jual terjangkau oleh pembeli                              | 26                |
|  |   | b. Harga sesuai dengan manfaat yang diperoleh                      | 27                |
|  |   | c. Harga produk yang ditawarkan dapat bersaing dengan pesaing lain | 28                |
|  | <i>Service Quality</i> (Kualitas Pelayanan) | a. Keramahan dan kesopanan karyawan                                | 29                |
|  |   | b. Kecepatan karyawan dalam melayani                               | 30                |
|  |   | c. Tanggung jawab dan jaminan terhadap keluhan pelanggan           | 31                |
|  | <i>Product Quality</i> (Kualitas Produk)    | a. Kualitas produk sesuai kebutuhan pelanggan                      | 32                |
|  |   | b. Produk yang ditawarkan bervariasi                               | 33                |
|  | <i>Emotional Factor</i>                     | a. Produk dapat memberikan kepuasan tersendiri                     | 34                |
|  | <i>Efficiency</i> (Kemudahan)               | a. Produk mudah diperoleh  | 35                |
| Sumber: Sitinjak (Prasastono, 2012:17) |   |  |                   |

**b) Uji Instrumen**

Penelitian yang menggunakan kuesioner sebagai alat ukur perlu dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas dari kuesioner yang dipakai. Data yang diperoleh melalui prosedur pengumpulan data selanjutnya dianalisis menggunakan:

### 1) Uji Validitas Instrumen

Uji validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan sesuatu instrumen. Suatu yang valid atau sah mempunyai validitas tinggi. Sebaliknya, instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah.

Hasil uji validitas instrumen angket penelitian ini menggunakan jumlah butir soal sebanyak 12 butir soal untuk instrumen pelayanan prima, 13 butir soal untuk instrumen kualitas produk dan 10 butir soal untuk instrumen kepuasan pelanggan. Jumlah responden sebanyak 65 pelanggan Toko Mitra Kota Tegal dengan nilai  $r_{tabel}$  pada taraf signifikan 5% untuk jumlah responden sebanyak  $N = 65$  adalah 0,244.

Nilai  $r_{hitung}$  yang diperoleh dikomunikasikan dengan nilai  $r_{tabel}$  instrumen dikatakan valid apabila  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dan sebaliknya bila nilai  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka angket tidak valid. Hasil uji validitas instrumen menggunakan teknik korelasi person dengan program komputer *SPSS Versi 22* untuk mengetahui pengaruh pelayanan prima dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di toko “Mitra” Kota Tegal.

Uji validitas instrumen variabel pelayanan prima (X1), kualitas produk (X2) dan kepuasan pelanggan (Y) sebagai berikut:



**Tabel 3.7****Rekapitulasi Hasil Validitas 12 Butir Soal Angket****Variabel Pelayanan Prima (X1)**

| <b>No<br/>Butir</b> | <b><i>r<sub>hitung</sub></i><br/><i>Product Moment</i></b> | <b><i>r<sub>tabel</sub></i> N = (65)<br/><i>Product Moment</i></b> | <b>KETERANGAN</b> |
|---------------------|--|--|-------------------|
| <b>1</b>            | 0,307  | 0,244  | Valid             |
| <b>2</b>            | 0,752  | 0,244  | Valid             |
| <b>3</b>            | 0,592  | 0,244  | Valid             |
| <b>4</b>            | 0,759  | 0,244  | Valid             |
| <b>5</b>            | 0,596  | 0,244  | Valid             |
| <b>6</b>            | 0,741  | 0,244  | Valid             |
| <b>7</b>            | 0,763  | 0,244  | Valid             |
| <b>8</b>            | 0,638  | 0,244  | Valid             |
| <b>9</b>            | 0,679  | 0,244  | Valid             |
| <b>10</b>           | 0,656  | 0,244  | Valid             |
| <b>11</b>           | 0,608  | 0,244  | Valid             |
| <b>12</b>           | 0,552  | 0,244  | Valid             |

Sumber: Data primer diolah (Juli 2020)

**Tabel 3.8****Rekapitulasi Hasil Validitas 13 Butir Soal Angket****Variabel Kualitas Produk (X2)**

| <b>No<br/>Butir</b> | <b><i>r<sub>hitung</sub></i><br/><i>Product Moment</i></b> | <b><i>r<sub>tabel</sub></i> N = (65)<br/><i>Product Moment</i></b> | <b>KETERANGAN</b> |
|---------------------|--|--|-------------------|
| <b>1</b>            | 0,356  | 0,244  | Valid             |
| <b>2</b>            | 0,467  | 0,244  | Valid             |
| <b>3</b>            | 0,563  | 0,244  | Valid             |
| <b>4</b>            | 0,535  | 0,244  | Valid             |
| <b>5</b>            | 0,592  | 0,244  | Valid             |
| <b>6</b>            | 0,434  | 0,244  | Valid             |
| <b>7</b>            | 0,466  | 0,244  | Valid             |
| <b>8</b>            | 0,324  | 0,244  | Valid             |
| <b>9</b>            | 0,304  | 0,244  | Valid             |
| <b>10</b>           | 0,599  | 0,244  | Valid             |
| <b>11</b>           | 0,670  | 0,244  | Valid             |
| <b>12</b>           | 0,480  | 0,244  | Valid             |
| <b>13</b>           | 0,546  | 0,244  | Valid             |

Sumber: Data primer diolah (Juli 2020)

**Tabel 3.9**  
**Rekapitulasi Hasil Validitas 10 Butir Soal Angket**  
**Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)**

| No Butir | $r_{hitung}$<br>Product Moment | $r_{tabel}$ N = (65)<br>Product Moment | KETERANGAN |
|----------|--------------------------------|--|------------|
| 1        | 0,565                          | 0,244                                  | Valid      |
| 2        | 0,486                          | 0,244                                  | Valid      |
| 3        | 0,576                          | 0,244                                  | Valid      |
| 4        | 0,619                          | 0,244                                  | Valid      |
| 5        | 0,658                          | 0,244                                  | Valid      |
| 6        | 0,671                          | 0,244                                  | Valid      |
| 7        | 0,693                          | 0,244                                  | Valid      |
| 8        | 0,581                          | 0,244                                  | Valid      |
| 9        | 0,474                          | 0,244                                  | Valid      |
| 10       | 0,626                          | 0,244                                  | Valid      |

Sumber: Data primer diolah (Juli 2020)

Dari rekapitulasi perhitungan diatas butir soal dikatakan valid jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  pada taraf signifikan 5% untuk N = 65 diketahui  $r_{tabel}$  sebesar 0,244. Dari hasil analisis validitas yang dilakukan untuk angket pelayanan prima diperoleh hasil bahwa semua pernyataan dikatakan valid, angket kualitas produk diperoleh hasil bahwa semua pernyataan dikatakan valid dan angket kepuasan pelanggan diperoleh hasil bahwa semua pernyataan dikatakan valid.

## 2) Uji Reliabilitas Instrumen

Reliabilitas instrumen berhubungan dengan ketepatan hasil pengukuran. Uji reliabilitas untuk mengetahui keajegan alat pengumpul data. Reliabilitas pada suatu instrumen cukup dipercaya sebagai alat pengumpulan data, karena instrumen tersebut sudah baik. Untuk membantu proses pengolahan data dalam uji reliabilitas maka dilakukan dengan bantuan program *SPSS Versi 22*.

Instrumen disamping harus valid juga harus reliabel. Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama.

Beberapa peneliti merekomendasikan dengan cara membandingkan nilai tabel kriteria indeks koefisien realibilitas berikut ini:

**Tabel 3.10**  
**Indeks Koefisien Reliabilitas**

| No | Nilai Interval | Kriteria      |
|----|----------------|---------------|
| 1  | 0,00 – 0,199   | Sangat Rendah |
| 2  | 0,20 – 0,399   | Rendah        |
| 3  | 0,40 – 0,599   | Cukup         |
| 4  | 0,60 – 0,799   | Tinggi        |
| 5  | 0,80 – 1,000   | Sangat Tinggi |

Sumber: Sugiyono (2017:231)

Berdasarkan perhitungan akan didapat reliabilitas instrumen dari masing-masing butir angket. Jika  $\text{Alpha Cronbach} > r_{\text{tabel}}$  nilai  $r_{\text{tabel}}$  untuk jumlah responden sebanyak  $N = 65$  adalah 0,224, maka apabila  $\text{Alpha Cronbach} > 0,244$  butir angket dinyatakan reliabel.

Uji reliabilitas instrumen variabel pelayanan prima (X1) dan kualitas produk (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) adalah sebagai berikut:

**Tabel 3.11**  
**Hasil Uji Reliabilitas Variabel**

| Variabel           | <i>Alpha Cronbach</i> | Keterangan |
|--------------------|-----------------------|------------|
| Pelayanan Prima    | 0,847                 | Reliabel   |
| Kualitas Produk    | 0,727                 | Reliabel   |
| Kepuasan Pelanggan | 0,787                 | Reliabel   |

Sumber: Data primer diolah (Juli 2020)

Berdasarkan tabel 3.10 besarnya koefisien reliabilitas Alpha Cronbach's yang dilakukan terhadap instrumen pelayanan prima adalah 0,847, maka instrumen pelayanan prima dapat dikatakan reliabel karena memiliki kriteria sangat tinggi. Berarti seluruh butir soal dalam instrumen pelayanan prima (sebanyak 12 butir soal) dinyatakan reliabel dan layak digunakan untuk mengumpulkan data.

Pengujian reliabilitas Alpha Cronbach dengan aplikasi SPSS *versi 22* dilakukan terhadap instrumen kualitas produk dengan jumlah 13 butir soal. Hasil uji reliabilitas tersebut adalah sebesar 0,727 maka instrumen kualitas produk dapat dikatakan reliabel karena memiliki kriteria tinggi. Hal ini berarti bahwa seluruh butir soal instrumen kualitas produk layak sebagai instrumen penelitian.

Selanjutnya untuk uji reliabilitas Alpha Cronbach terhadap 10 item instrumen kepuasan pelanggan, hasilnya adalah sebesar 0,787, maka instrumen kepuasan pelanggan dapat dikatakan reliabel karena memiliki kriteria tinggi. Berarti seluruh item instrumen tersebut juga memiliki reliabilitas yang tinggi dan layak digunakan sebagai instrumen penelitian.

### **3) Dokumen**

Metode ini merupakan suatu cara pengumpulan data yang dilakukan dengan menganalisis isi dokumen yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

Menurut Sugiyono (2017:240) Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Adapun dokumen yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah:

- a) Profil Toko Mitra
- b) Struktur Organisasi

## **F. Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data yang dimaksud untuk membahas dan menjabarkan data yang diperoleh dan untuk memperjelas dari data yang diperoleh. Kemudian masalah yang ada disimpulkan agar didapatkan jawaban yang tepat. Dalam penelitian ini teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis kuantitatif.

### **1. Analisis Deskriptif**

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi” (Sugiyono, 2017:147).

Menurut Sugiyono (2019:207), Termasuk dalam statistik deskriptif antara lain melalui tabel, grafik, diagram lingkaran, pictogram, perhitungan modus, median, mean (pengukuran tendensial sentral), perhitungan desil, persentil, perhitungan penyebaran data melalui perhitungan persentase. Penelitian ini menyajikan perhitungan mean, median, standar deviasi yang dalam perhitungannya dibantu dengan program komputer *SPSS Versi 22*. Penentuan distribusi frekuensi bergolong dengan langkah-langkah sebagai berikut :

- a. Menentukan Kelas Interval

$$K = 1 + 3,3 \log n$$

Keterangan :

K = Banyak Kelas

n = Banyak Data

(Riduwan, 2015: 156)

b. Mencari Range (Ra)

$$Ra = \text{Data terbesar} - \text{Data terkecil}$$

c. Menentukan Panjang Interval

$$I = \frac{Ra}{K}$$

d. Presentase jawaban

$$P\% = \frac{f}{n} \times 100\%$$

Keterangan :

P = Presentase jawaban

F = Jumlah frekuensi jawaban yang diberikan responden

n = Jumlah seluruh skor ideal

## 2. Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi merupakan suatu alat ukur yang juga digunakan untuk mengukur ada atau tidaknya korelasi antar variabelnya. Analisis ini digunakan untuk menguji hipotesis pengaruh pelayanan prima dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan Toko Mitra Kota Tegal. Istilah regresi sendiri berarti ramalan atau taksiran. Berikut rumus regresi berganda:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2$$

(Sugiyono, 2017:275)

Keterangan:

Y = Variabel terikat

a = Konstanta

$b_1 b_2$  = Koefisien regresi masing-masing variabel

$X_1 X_2$  = Variabel bebas

### 3. Uji F (secara simultan)

Uji F adalah untuk mengetahui apakah variabel ( $X_1$ ) Pelayanan Primma dan ( $X_2$ ) Kualitas Produk secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang berarti (signifikan) terhadap (Y) Kepuasan Pelanggan. Untuk mengetahui signifikan atau tidaknya koefisien regresi berganda, selain menggunakan tabel juga dapat dihitung dengan uji F. Nilai signifikan ditentukan sebagai batas kesalahan dari penelitian yang akan dilakukan dan angka batas kesalahan untuk penelitian ini adalah 0,05 atau 5%. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan bantuan *Program Statisical Product and Service Solution (SPSS)* versi 22.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Deskripsi Data**

##### **1. Profil Toko Mitra Kota Tegal**

Toko swalayan “Mitra” merupakan salah satu bisnis ritel yang ada di Kota Tegal tepatnya di daerah Kraton, Kecamatan Tegal Barat, Kota Tegal saat ini pemilik toko mitra adalah Bapak Joni Riyanto. Toko mitra pertama kali berdiri tahun 1975 dan didirikan dengan luas kurang lebih 5 x 32m dan mengalami perubahan bisa dilihat sekarang toko mitra cukup luas.

Toko “Mitra” mengalami perkembangan cukup pesat sejak didirikan, toko mitra dirancang untuk menyediakan berbagai kebutuhan mulai dari kebutuhan sehari-hari sampai kebutuhan khusus. Toko “Mitra” berupaya memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan dengan memberikan penanganan keluhan atau komplain dari pelanggan yang biasanya ditangani oleh *supervisor* toko “Mitra” dan penataan produk yang tertata rapi memudahkan konsumen dalam berbelanja. Fasilitas yang tersedia di toko “Mitra” cukup memadai seperti seperti lahan parkir yang aman serta dijaga langsung oleh petugas parkir yang nyaman dan bersih sehingga menimbulkan rasa nyaman bagi pelanggan yang berbelanja di Toko Mitra.

Toko Mitra Kota Tegal saat ini memiliki karyawan berjumlah 78 orang, dengan pembagian shift satu harinya 3 kali yaitu Shift A = Pukul

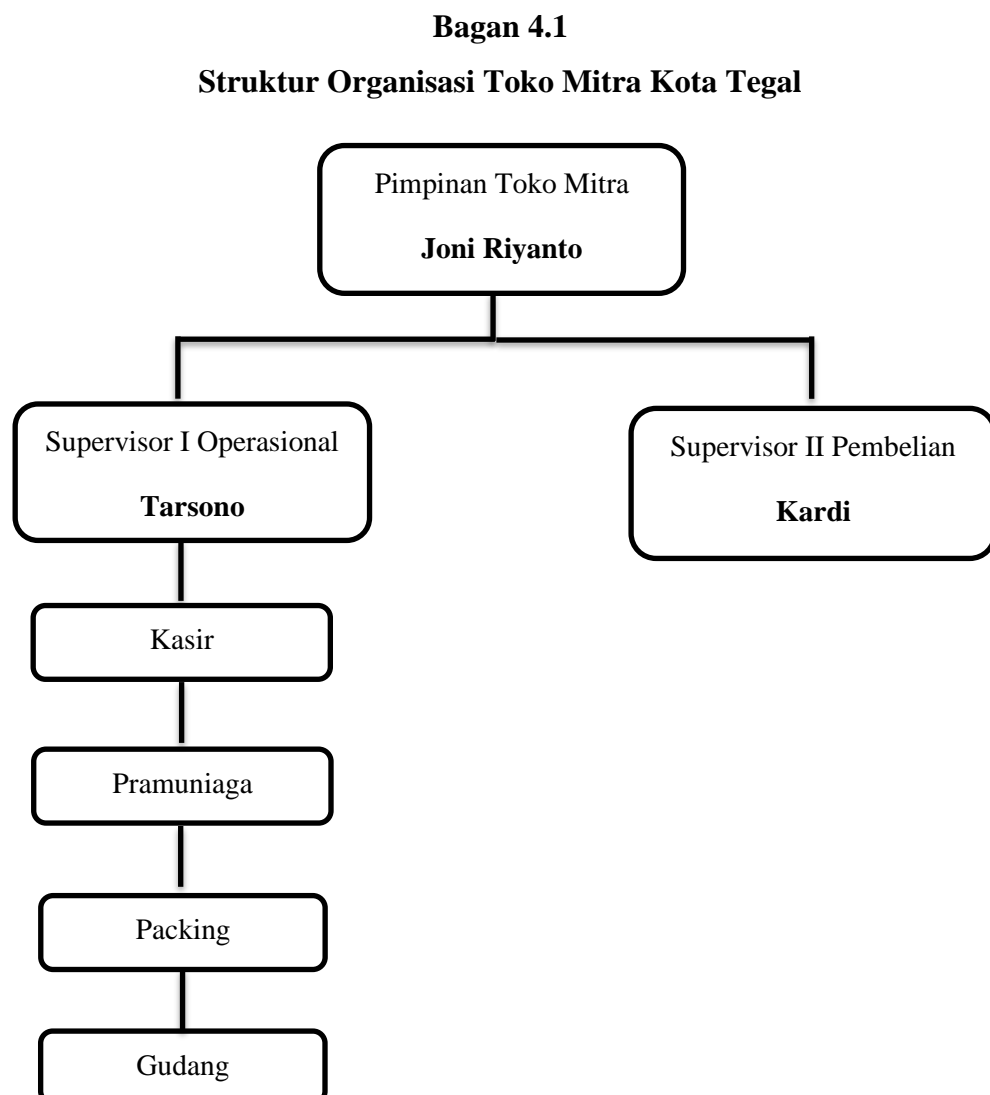


08:00 – 13:00, Shift B = Pukul 13:00 – 04:30, Shift C = Pukul 04:30 – 09:00.

Pembagian shift ini berlaku untuk semua karyawan yang berkerja di Toko Mitra Kota Tegal, apabila ada karyawan yang terlambat maka karyawan tersebut mendapatkan sanksi berupa teguran dan harus tetap masuk pada shift selanjutnya.

## 2. Keorganisasian Toko Mitra Kota Tegal

Untuk mempermudah urusan toko, Toko Mitra mendirikan struktur Organisasi Toko. Adapun struktur Organisasi Toko Mitra Kota Tegal yaitu:



Tugas struktur dan organisasi Toko Mitra Kota Tegal dijelaskan sebagai berikut:

1. Pimpinan Toko

Sebagai pemilik toko mempunyai tugas dan wewenang untuk mengatur serta mengawasi jalannya usaha serta bertanggung jawab atas masalah baik dari internal atau eksternal toko.

2. Supervisor

Supervisor mempunyai tanggung jawab melakukan pengawasan dalam kegiatan operasional dan pembelian di Toko Mitra antara lain:

- a. Mengecek kehadiran karyawan
- b. Mengecek persediaan dan bahan
- c. Mengecek standar kualitas produk

3. Kasir

Kasir mempunyai tugas sebagai berikut:

- a. Bertanggung jawab pada transaksi penjualan
- b. Menyetorkan uang transaksi penjualan dan serah terima shift
- c. Memberikan laporan pada atasan

4. Pramuniaga

Pramuniaga mempunyai tanggung jawab membantu koordinator dan supervisor dalam mengelola merchandise / barang dagangan di counter (area penjualan).

5. Packing

Tugas bagian packing sebagai berikut:

- a. Bertanggung jawab atas kerapihan packing barang
- b. Memastikan timbangan sama
- c. Bertanggung jawab atas kualitas produk terjaga dan tidak cacat saat pengemasan.

#### 6. Gudang

Staff gudang mempunyai beberapa tugas sebagai berikut:

- a. Bertanggung jawab atas bongkar muat barang
- b. Ikut serta menandatangani surat penerimaan barang
- c. Mengecek barang di gudang
- d. Menyiapkan penyimpanan barang
- e. Membuat laporan aktivitas barang

## 2. Responden Penelitian

Karakteristik responden Toko Mitra Kota Tegal disajikan pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.1**  
**Data Responden**

| <b>Jenis Kelamin</b> | <b>Jumlah</b> | <b>Presentase</b> |
|----------------------|---------------|-------------------|
| Laki – laki          | 14            | 22%               |
| Perempuan            | 51            | 78%               |
| <b>Total</b>         | <b>65</b>     | <b>100%</b>       |

Pada tabel 4.1 Menunjukkan bahwa responden dalam penelitian ini sebanyak 65 pelanggan yang terdiri dari 51 orang atau 78% adalah responden berjenis kelamin perempuan dan 14 pelanggan atau 22% adalah responden berjenis kelamin laki-laki.

## B. Analisis Data

### 1. Analisis Statistik Deskriptif

#### a. Analisis Statistik Deskriptif Variabel Pelayanan Prima

Penyebaran angket yang dilakukan penulis kepada pelanggan Toko Mitra Kota Tegal dengan 12 butir pernyataan tentang pelayanan prima yang dilakukan di Toko Mitra Kota Tegal. Variabel pelayanan prima tersebut diuji dengan pengujian analisis deskriptif sebagai berikut:

**Tabel 4.2**

**Hasil Perhitungan Statistik Deskriptif Variabel Pelayanan Prima**

| Statistics     |         |       |
|----------------|---------|-------|
| N              | Valid   | 65    |
|                | Missing | 0     |
| Mean           |         | 42.35 |
| Std. Deviation |         | 6.140 |
| Minimum        |         | 21    |
| Maximum        |         | 55    |

Sumber: *output SPSS*

Dari hasil perhitungan dengan menggunakan program SPSS *Versi* 22 dapat diketahui bahwa jumlah data yang diteliti berjumlah 65 sampel. Pelayanan prima memiliki nilai rata-rata (*mean*) sebesar 42,35 dengan nilai maksimum 55 dan nilai minimum 21 sebagai nilai tertinggi dan terendah dari angket yang telah dibagikan kepada pelanggan Toko Mitra Kota Tegal, dengan standar deviasi 6,140.

Penentuan distribusi frekuensi bergolong dengan langkah-langkah sebagai berikut :

## a. Menentukan Kelas Interval

$$K = 1 + 3,3 \log n$$

$$K = 1 + 3,3 \log 65$$

$$K = 1 + 5,979$$

$$K = 6,979 \text{ (dibulatkan 7)}$$

## b. Mencari Range (Ra)

$$Ra = 55 - 21 = 34$$

## c. Menentukan Panjang Interval

$$I = \frac{34}{7} = 4,857 \text{ (dibulatkan 5)}$$

Berdasarkan perhitungan diatas dapat dikategorikan mengenai variabel pelayanan prima terhadap kepuasan pelanggan dapat dijelaskan pada tabel berikut:

Tabel 4.3

## Distribusi Frekuensi Variabel Pelayanan Prima

| Kategori      | Rentang Sekor | Frekuensi | Presentase | Rata-rata | Standar Deviasi |
|---------------|---------------|-----------|------------|-----------|-----------------|
| Sangat Rendah | 21 – 25       | 1         | 2%         | 42,35     | 6,140           |
| Rendah        | 26 – 30       | 0         | 0%         |           |                 |
| Cukup Rendah  | 31 – 34       | 2         | 3%         |           |                 |
| Sedang        | 35 – 39       | 19        | 29%        |           |                 |
| Cukup Tinggi  | 40 – 44       | 22        | 34%        |           |                 |
| Tinggi        | 45 – 49       | 14        | 22%        |           |                 |
| Sangat Tinggi | 50 – 55       | 7         | 11%        |           |                 |
| Jumlah        |               | 65        | 100%       |           |                 |

Sumber: Data primer diolah (Juli 2020)

Dari hasil perhitungan tabel diatas, menunjukan bahwa pelayanan prima di Toko Mitra Kota Tegal memiliki kategori yang cukup tinggi hal

ini ditunjukkan dengan adanya frekuensi yang paling banyak yaitu secara keseluruhan mencapai 22 subjek dengan nilai presentase sebesar 34%.

#### **b. Analisis Statistik Deskriptif Variabel Kualitas Produk**

Penyebaran angket yang dilakukan penulis kepada pelanggan Toko Mitra Kota Tegal dengan 13 butir pernyataan tentang kualitas produk yang dilakukan di Toko Mitra Kota Tegal. Variabel kualitas produk tersebut diuji dengan pengujian analisis deskriptif sebagai berikut:

**Tabel 4.4**

#### **Hasil Perhitungan Statistik Deskriptif Variabel Kualitas Produk**

| Statistics     |         |       |
|----------------|---------|-------|
| N              | Valid   | 65    |
|                | Missing | 0     |
| Mean           |         | 53.31 |
| Std. Deviation |         | 4.507 |
| Minimum        |         | 41    |
| Maximum        |         | 65    |

Sumber: *Output SPSS*

Dari hasil perhitungan dapat diketahui bahwa jumlah data yang diteliti berjumlah 65 sampel. Kualitas produk memiliki nilai rata-rata (*mean*) sebesar 53,31 dengan nilai maksimum 65 dan nilai minimum 41 sebagai nilai tertinggi dan terendah dari angket yang telah dibagikan kepada pelanggan Toko Mitra Kota Tegal, dengan standar deviasi 4,507.

Penentuan distribusi frekuensi bergolong dengan langkah-langkah sebagai berikut :

## a. Menentukan Kelas Interval

$$K = 1 + 3,3 \log 65$$

$$K = 1 + 5,979$$

$$K = 6,979 \text{ (dibulatkan 7)}$$

## b. Mencari Range (Ra)

$$Ra = 65 - 41 = 24$$

## c. Menentukan Panjang Interval

$$I = \frac{24}{7} = 3$$

Perhitungan diatas dapat dikategorikan mengenai variabel kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan dapat dijelaskan pada tabel berikut:

Tabel 4.5

## Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Produk

| Kategori      | Rentang Sekor | Frekuensi | Presentase | Rata-rata | Standar Deviasi |
|---------------|---------------|-----------|------------|-----------|-----------------|
| Sangat Rendah | 41 – 44       | 2         | 3%         | 53,31     | 4,507           |
| Rendah        | 45 – 47       | 3         | 5%         |           |                 |
| Cukup Rendah  | 48 – 50       | 10        | 15%        |           |                 |
| Sedang        | 51 – 53       | 21        | 32%        |           |                 |
| Cukup Tinggi  | 54 – 58       | 22        | 34%        |           |                 |
| Tinggi        | 59 – 62       | 6         | 9%         |           |                 |
| Sangat Tinggi | 63 – 65       | 1         | 2%         |           |                 |
| Jumlah        |               | 65        | 100%       |           |                 |

Sumber: Data primer diolah (Juli 2020)

Dari hasil perhitungan tabel diatas, menunjukan bahwa kualitas produk di Toko Mitra Kota Tegal memiliki kategori yang cukup tinggi hal ini ditunjukan dengan adanya frekuensi yang paling banyak yaitu secara keseluruhan mencapai 23 subjek dengan nilai presentase sebesar 34%.

### c. Analisis Statistik Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan

Penyebaran angket yang dilakukan penulis kepada pelanggan Toko Mitra Kota Tegal dengan 10 butir pernyataan tentang kepuasan pelanggan yang dilakukan di Toko Mitra Kota Tegal. Variabel kepuasan pelanggan tersebut diuji dengan pengujian analisis deskriptif sebagai berikut:

**Tabel 4.6**  
**Hasil Perhitungan Statistik Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan**

| Statistics     |         |       |
|----------------|---------|-------|
| N              | Valid   | 65    |
|                | Missing | 0     |
| Mean           |         | 40.52 |
| Std. Deviation |         | 4.280 |
| Minimum        |         | 30    |
| Maximum        |         | 50    |

Sumber: *Output SPSS*

Dari hasil perhitungan dengan menggunakan program SPSS *Versi* 22 dapat diketahui bahwa jumlah data yang diteliti berjumlah 65 sampel. Kepuasan pelanggan memiliki nilai rata-rata (*mean*) sebesar 40,52 dengan nilai maksimum 50 dan nilai minimum 30 sebagai nilai tertinggi dan terendah dari angket yang telah dibagikan kepada pelanggan Toko Mitra Kota Tegal, dengan standar deviasi 4,280.

Penentuan distribusi frekuensi bergolong dengan langkah-langkah sebagai berikut :

#### a. Menentukan Kelas Interval

$$K = 1 + 3,3 \log 65$$



$$K = 1 + 5,979$$

$$K = 6,979 \text{ (dibulatkan 7)}$$

b. Mencari Range (Ra)

$$Ra = 50 - 30 = 20$$

c. Menentukan Panjang Interval

$$I = \frac{20}{7} = 2,857 \text{ (dibulatkan 3)}$$

Berdasarkan perhitungan diatas dapat dikategorikan mengenai variabel kepuasan pelanggan dapat dijelaskan pada tabel berikut:

**Tabel 4.7**

**Distribusi Frekuensi Variabel Kepuasan Pelanggan**

| Kategori      | Rentang Sekor | Frekuensi | Presentase | Rata-rata | Standar Deviasi |
|---------------|---------------|-----------|------------|-----------|-----------------|
| Sangat Rendah | 30 – 32       | 1         | 2%         | 40,52     | 4,280           |
| Rendah        | 33 – 35       | 6         | 9%         |           |                 |
| Cukup Rendah  | 36 – 37       | 10        | 15%        |           |                 |
| Sedang        | 38 – 41       | 23        | 35%        |           |                 |
| Cukup Tinggi  | 42 – 44       | 12        | 18%        |           |                 |
| Tinggi        | 45 – 47       | 8         | 12%        |           |                 |
| Sangat Tinggi | 48 – 50       | 5         | 8%         |           |                 |
| Jumlah        |               | 65        | 100%       |           |                 |

Sumber: Data primer diolah (Juli 2020)

Dari hasil perhitungan tabel diatas, menunjukan bahwa kepuasan pelanggan di Toko Mitra Kota Tegal memiliki kategori yang sedang hal ini ditunjukan dengan adanya frekuensi yang paling banyak yaitu secara keseluruhan mencapai 23 subjek dengan nilai presentase sebesar 35%.

## 2. Analisis Regresi Linier Berganda

Hasil analisis regresi berganda antara pelayanan prima dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di Toko Mitra Kota Tegal menggunakan *SPSS Versi 22*. Berdasarkan tabulasi perhitungan regresi dengan menggunakan *SPSS Versi 22* telah ditemukan data sebagai berikut:

**Tabel 4.8**  
**Hasil Perhitungan Analisis Regresi Linier Berganda**  
**Coefficients**

| Model           | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. |
|-----------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
|                 | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      |
| 1 (Constant)    | 12.458                      | 5.299      |                           | 2.351 | .022 |
| Pelayanan Prima | .263                        | .077       | .377                      | 3.396 | .001 |
| Kualitas Produk | .318                        | .105       | .334                      | 3.012 | .004 |

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

### a. Pelayanan Prima di Toko Mitra Kota Tegal

Berdasarkan tabel tersebut diketahui nilai  $t$  hitung 3,396 sedangkan  $t$  tabel pada signifikansi 0,05 sebesar 1,997 sehingga  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel ( $3,396 > 1,997$ ) selain itu diperoleh nilai signifikansi 0,001 kurang dari 0,05 ( $0,001 < 0,05$ ) dapat disimpulkan bahwa pelayanan prima berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Toko Mitra Kota Tegal yang berarti  $H_{a1}$  diterima.

Dari persamaan regresi berganda Pelayanan Prima ( $X_1$ ) dapat diperoleh sebagai berikut:

$$Y = 12,458 + 0,263X_1$$

Apabila Pelayanan Prima (X1) mengalami kenaikan satu satuan, maka akan diikuti dengan kesejahteraan anggota (Y) sebesar 12,458.

Persamaan tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

Jika nilai X1 sebesar satu satuan, maka nilai Y sebesar  $12,458 + 0,263 = 12,721$  satuan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pelayanan prima berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan di Toko Mitra Kota Tegal.

b. Kualitas Produk di Toko Mitra Kota Tegal

Berdasarkan tabel tersebut diketahui nilai t hitung 3,012 sedangkan t tabel pada signifikansi 0,05 sebesar 1,997 sehingga  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$  ( $3,012 > 1,997$ ) selain itu diperoleh nilai signifikansi 0,004 kurang dari 0,05 ( $0,001 < 0,05$ ) dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Toko Mitra Kota Tegal yang berarti  $H_{a2}$  diterima.

Dari persamaan regresi berganda Pelayanan Prima (X1) dapat diperoleh sebagai berikut:

$$Y = 12,458 + 0,318X_2$$

Apabila Kualitas Produk (X2) mengalami kenaikan satu satuan, maka akan diikuti dengan kesejahteraan anggota (Y) sebesar 12,458.

Persamaan tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

Jika nilai X2 sebesar satu satuan, maka nilai Y sebesar  $12,458 + 0,318 = 12,776$  satuan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas produk

berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan di Toko Mitra Kota Tegal.

- c. Berdasarkan hasil diatas dapat diperoleh persamaan regresi berganda sebagai berikut :

$Y = 12,458 + 0,263X_1 + 0,318X_2$  persamaan regresi tersebut mempunyai makna sebagai berikut:

Konstanta kepuasan pelanggan (Y) = 12,458 artinya apabila variabel bebas (*independent*) memiliki nilai 0 (nol), maka variabel terikat (*dependent*) yaitu kepuasan pelanggan (Y) nilainya sebesar 12,458.

Pelayanan prima (X1) dan kualitas produk (X2) sebesar satu satuan, maka nilai Y sebesar  $12,458 + 0,263 + 0,318 = 13,039$  satuan.

### 3. Uji F Secara Bersama-Sama (Simultan)

Uji F untuk mengetahui apakah variabel Pelayanan Prima (X1) dan Kualitas Produk(X2) secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang berarti (signifikan) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Dalam penelitian ini peneliti menggunakan bantuan Program *SPSS versi 22*. Berikut ini hasil uji F (Simultan):

**Tabel 4.9**  
**Hasil Perhitungan Uji Simultan**

#### ANOVA

| Model        | Sum of Squares | df | Mean Square | F      | Sig.              |
|--------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| 1 Regression | 413.897        | 2  | 206.949     | 16.920 | .000 <sup>b</sup> |
| Residual     | 758.318        | 62 | 12.231      |        |                   |
| Total        | 1172.215       | 64 |             |        |                   |

Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Pelayanan Prima

Berdasarkan tabel *anova* di atas menunjukkan bahwa  $f_{hitung}$  sebesar 16,920 sedangkan  $f_{tabel}$  dengan dk pembilang = k dan dk penyebut = (n-k-1) serta dk pembilang = k dan penyebut = 65-2-1 dengan taraf kesalahan 0,05 maka diketahui  $f_{tabel}$  sebesar 3,15 sehingga  $f_{hitung} > f_{tabel}$  atau  $16,920 > 3,15$ . Selain itu diperoleh skor probabilitas Sig = 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 atau  $0,000 < 0,05$ . Hasil ini menunjukkan  $f_{hitung}$  signifikan, sehingga  $H_{03}$  ditolak dan  $H_{a3}$  diterima. Berdasarkan hasil tersebut, maka model penelitian ini dapat disimpulkan bahwa Pelayanan Prima (X1) dan Kualitas Produk (X2) secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

Pengujian hipotesis menggunakan uji F, pembahasannya adalah sebagai berikut:

- a)  $H_{03}$  = Tidak adanya pengaruh antara pelayanan prima dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di Toko Mitra Kota Tegal.
- b)  $H_{a3}$  = Adanya pengaruh antara pelayanan prima dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di Toko Mitra Kota Tegal.

Kriteria:  $H_0$  ditolak jika  $f_{hitung} > f_{tabel} = 0,05$

Berdasarkan hasil output SPSS dapat diketahui bahwa :

$$f_{hitung} = 16,920 > f_{tabel} = 3,15$$

Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima karena  $f_{hitung} > f_{tabel}$ . Dengan demikian hipotesis yang diterima adalah ada pengaruh positif dan signifikan antara pelayanan prima dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di Toko Mitra Kota Tegal.

#### 4. Uji Hipotesis

Penelitian ini menguji hipotesis secara empirik sebagai berikut :

- a. Ada pengaruh signifikan pelayanan prima terhadap kepuasan pelanggan di Toko Mitra Kota Tegal.
- b. Ada pengaruh signifikan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di Toko Mitra Kota Tegal.
- c. Ada pengaruh signifikan pelayanan prima dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di Toko Mitra Kota Tegal.

Berdasarkan rumusan hipotesis empirik di atas, maka dapat dirumuskan hipotesis statistik sebagai berikut:

##### 1. Hipotesis alternatif ( $H_a$ )

$H_{a1} = \text{Sig} < 0,05$ , Terdapat pengaruh signifikan pelayanan prima ( $X_1$ ) terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada Toko Mitra Kota Tegal.

$H_{a2} = \text{Sig} < 0,05$ , Terdapat pengaruh signifikan kualitas produk ( $X_2$ ) terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada Toko Mitra Kota Tegal.

$H_{a3} = \text{Sig} < 0,05$ , Terdapat pengaruh signifikan pelayanan prima ( $X_1$ ) dan kualitas produk ( $X_2$ ) secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada Toko Mitra Kota Tegal.

##### 2. Hipotesis nol ( $H_o$ )

$H_{o1} = \text{Sig} > 0,05$  , Tidak terdapat pengaruh positif pelayanan prima ( $X_1$ ) terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada Toko Mitra Kota Tegal.

$H_{o2} = \text{Sig} > 0,05$ . Tidak terdapat pengaruh positif kualitas produk ( $X_2$ ) terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada Toko Mitra Kota Tegal.

$H_{03} = \text{Sig} > 0,05$ , Tidak terdapat pengaruh signifikan pelayanan prima ( $X_1$ ) dan kualitas produk ( $X_2$ ) secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan ( $Y$ ) pada Toko Mitra Kota Tegal.

Dari hasil uji analisis dapat ditemukan beberapa hal sebagai berikut:

- 1)  $H_{a1}$  **diterima dan  $H_{01}$  ditolak**. Dapat dikatakan signifikan pelayanan prima ( $X_1$ ) terhadap kepuasan pelanggan ( $Y$ ). Hal ini dibuktikan dengan hasil perhitungan koefisien signifikansi regresi yang memiliki skor  $\text{Sig} = 0,001$  lebih kecil dari skor  $\alpha = 0,05$  atau  $0,001 < 0,050$ .
- 2)  $H_{a2}$  **diterima dan  $H_{02}$  ditolak**. Dapat dikatakan bahwa ada pengaruh signifikan kualitas produk ( $X_2$ ) terhadap kepuasan pelanggan ( $Y$ ). Hal ini dibuktikan dengan hasil perhitungan koefisien signifikansi regresi yang memiliki skor  $\text{Sig} = 0,004$  lebih kecil dari dari skor  $\alpha = 0,05$  atau  $0,004 < 0,050$ .
- 3)  $H_{a3}$  **diterima dan  $H_{03}$  ditolak**. Dapat dikatakan bahwa ada pengaruh signifikan pelayanan prima ( $X_1$ ) dan kualitas produk ( $X_2$ ) secara bersama-sama memiliki pengaruh yang berarti terhadap kepuasan pelanggan ( $Y$ ). Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil perhitungan koefisien signifikansi regresi yang memiliki skor  $\text{Sig} = 0,000$ , lebih kecil dari skor  $\alpha = 0,05$  atau  $0,000 < 0,050$ .

### C. Pembahasan

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh pelayanan prima dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Mitra Kota Tegal. Di dalam penelitian ini sejumlah 65 pelanggan Toko Mitra Kota Tegal sebagai

responden penelitian. Peneliti telah melakukan berbagai kegiatan penelitian dan hasilnya dapat dijelaskan sebagai berikut:

#### **1. Pembahasan Pengaruh Pelayanan Prima (X1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)**

Untuk mengetahui pelayanan yang di berikan oleh karyawan dan yang diharapkan oleh pelanggan maka pelayanan harus berkualitas agar memuaskan pelanggan. Apabila pelayanan yang diberikan tidak sesuai yang diharapkan maka pelayanan dipersepsikan buruk. Oleh karena itu suatu perusahaan harus mampu memberikan pelayanan yang berkualitas atau dengan menerapkan pelayanan prima. Menurut Barata (2018:27) Pelayanan prima adalah kepedulian kepada pelanggan dengan memberikan layanan terbaik untuk memfasilitasi kemudahan pemenuhan kebutuhan dan mewujudkan kepuasannya, agar mereka selalu loyal kepada organisasi / perusahaan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada pengaruh yang positif dan signifikan antara pelayanan prima terhadap kepuasan pelanggan, hal ini dibuktikan dengan model analisis regresi sederhana  $Y = 12,458 + 0,263X_1$  dan nilai signifikansi sebesar 0,001; yang artinya  $0,001 < 0,05$ . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pelayanan prima memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Artinya apabila pelayanan prima dengan kategori baik, maka akan mempengaruhi kepuasan pelanggan sesuai dengan pendapat Barata (2018:27). Pelayanan prima merupakan keunggulan layanan yang dapat



memenuhi keinginan pelanggan yang meliputi bukti fisik, kehandalan, daya tanggap dan jaminan. Apabila pelanggan merasa pelayanan yang dilakukan sudah terpenuhi dan sesuai dengan harapan maka pelanggan akan merasakan kepuasan tersendiri.

## **2. Pembahasan Pengaruh Kualitas Produk (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)**

Kualitas merupakan suatu karakteristik yang diharapkan suatu produk barang atau jasa. Kualitas barang bagi para konsumen menjadi sangat penting, adanya kualitas memudahkan pelanggan dalam pengambilan keputusan dan mereka mampu menilai kualitas barang terbaik yang diharapkan sesuai dengan perkiraan sebelum melakukan pembelian. Prasaston (2012:16) berpendapat “kualitas produk adalah suatu cara perusahaan untuk memberikan kepada konsumen, memenuhi apa saja yang diinginkan atau dikehendaki oleh konsumen tersebut.”

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas produk (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) di Toko Mitra Kota Tegal, hal ini dibuktikan dengan model analisis regresi sederhana  $Y = 12,458 + 0,318X_2$  dan nilai signifikansi sebesar 0,004; yang artinya  $0,004 < 0,05$ . Dengan demikian dapat dinyatakan kualitas produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Artinya apabila kualitas produk dikategorikan baik, maka akan mempengaruhi kepuasan pelanggan karena dapat memenuhi yang diinginkan

atau dikehendaki oleh konsumen tersebut sesuai dengan pendapat Prasaston (2012:16). Kualitas produk merupakan pembagian dari kinerja, keandalan dan desain yang berhubungan dengan produk yang akan menimbulkan rasa senang dalam diri pelanggan yang akan menimbulkan kepuasan tersendiri pada pelanggan

### **3. Pembahasan Pengaruh Pelayanan Prima dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan**

Dalam konsep pemasaran menekankan pentingnya kepuasan pelanggan sebagai penunjang keberhasilan suatu perusahaan atau organisasi untuk mewujudkan tujuan yang diharapkan. Menurut Yamit (2018:78) “kepuasan pelanggan adalah hasil (*outcome*) yang dirasakan atau penggunaan produk dan jasa, sama atau melebihi harapan yang diinginkan.”

Berdasarkan hasil perhitungan tabel Anova atau F simultan diperoleh  $f_{hitung}$  sebesar 16,920 sedangkan  $f_{tabel}$  sebesar 3,15 sehingga  $f_{hitung} > f_{tabel}$  atau  $16,920 > 3,15$  dengan nilai Signifikansi = 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 atau  $0,000 < 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa koefisien regresi antara pelayanan prima (X1) dan kualitas produk (X2) secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y).

Artinya apabila pelayanan prima dan kualitas produk baik maka akan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Apabila pelanggan merasa pelayanan prima dan kualitas produk telah terpenuhi dan sesuai dengan harapan maka pelanggan akan tetap loyal dan tidak akan beralih ke lain tempat.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. SIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa pengaruh pelayanan prima dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Mitra Kota Tegal sebagai berikut:

1. Pelayanan prima berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Berarti peningkatan pelayanan prima yang dilakukan oleh Toko Mitra Kota Tegal dapat mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan dalam menjalankan usahanya.

2. Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Berarti peningkatan kualitas produk yang dilakukan oleh Toko Mitra Kota Tegal dapat mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan dalam menjalankan usahanya.

3. Pelayanan prima dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berarti peningkatan pelayanan prima dan kualitas produk yang dilakukan oleh Toko Mitra Kota Tegal dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam menjalankan usahanya.

## **B. SARAN**

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan dalam penelitian ini, penulis memberikan saran sebagai bahan masukan dengan harapan dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang terkait, sebagai berikut:

### **1. Bagi Pemilik Toko**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan masukan dan informasi bagi manajemen tok agar mampu meningkatkan pelayanan dan kualitas produk dalam mempertahankan kepuasan pelanggan.

### **2. Bagi Karyawan**

Karyawan merupakan ujung tombak keberhasilan suatu perusahaan diharapkan mampu bekerja sesuai standar yang ada diperusahaan, selalu berkoordinasi dengan atasan serta mengutamakan pelayanan yang terbaik untuk dapat memberi kesan baik kepada pelanggan, membuat pelanggan merasa puas dan meningkatkan kemajuan toko.

### **3. Bagi Peneliti Lain**

Diharapkan untuk lebih melakukan penelitian yang mendalam dengan menggunakan variabel yang mempengaruhi kepuasan pelanggan Toko Mitra Kota Tegal selain kedua variabel pelayanan prima dan kualitas produk yang telah dijelaskan sebelumnya, agar tercipta perkembangan dalam penelitian sebelumnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adam, M. (2015). *Manajemen Pemasaran Jasa* . Bandung : Alfabeta.
- Andayani, N., & Lubis, A. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Sucofindo Batam. *Journal of Business Administration Vol 1 No.2, September* .
- Arifiani , B., & Herman Sjarahuddin. (2015). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli Ulang. *Jurnal Organisasi dan Manajemen. Vol 3. September*.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Alfabeta.
- Bahar, A., & Herman Sjarahudin. (2015). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli. *Jurnal Organisasi dan Manajemen, Vol 3*.
- Barata, A. A. (2018). *Dasar Dasar Pelayanan Prima*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Daryanto, & Setyobudi, I. (2014). *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Malang : Gava Media.
- Dewi, C., & I Gede Merta Sudiartha. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Pembangunan Daerah Bali. *E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 7, No. 8*.
- Fatmala, K. (2015). *Studi Kualitas Produk Gitamas Cake & Bakery Dengan Kepuasan Pelanggan Wilayah Kabupaten Pemalang*. Tegal: Universitas Pancasakti Tegal.
- Malau, H. (2017). *Manajem Pemasaran* . Bandung: Alfabeta.
- Maria, M., & Mohamad Yusak Anshori. (Tahun 6 ). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen King Cake . *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan* , No.1.1-9.

- Prasastono, N., & Yulianto, S. (2012). Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kentucky Fried Chicken Semarang Candi. *Dinamika Kepariwisata* Vol. XI No. 2, 16.
- Putri Anggraeni, D., Kumadji, S., & Sunarti. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyallitas Pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* Vol. 37 No. 1 .
- Rahmayanty, N. (2018). *Manajemen Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Silvia, F. (2013). Pelayanan Prima dan Kepuasan Pelanggan di Kantor Pelayanan Perbendaharaan Negara (KPPN) Makassar II. *Jurnal Ilmu Administrasi Negara* .
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2006). *Manajemen Jasa* . Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2016). *Pemasaran Esensi dan Aplikasi* . Yogyakarta : Andi Offset.
- Yamit, Z. (2018). *Manajemen Kualitas Produk & Jasa*. Yogyakarta: Ekonisia.

# LAMPIRAN

## Lampiran 1

## ANGKET

**PELAYANAN PRIMA, KUALITAS PRODUK DAN PENGARUHNYA  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI TOKO MITRA KOTA  
TEGAL**

## A. Pengantar

Untuk menyelesaikan penulisan skripsi mengenai “Pelayanan Prima, Kualitas Produk dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Toko Mitra Kota Tegal” untuk itu saya membutuhkan data yang berkaitan dengan variabel tersebut.

Harapan saya untuk pelanggan toko mitra dapat bersedia mengisi angket yang telah disediakan. InsyaAllah jawaban angket saudara dijamin kerahasiannya. Oleh karena itu saya mohon isi angket ini sesuai dengan kenyataan yang terjadi di toko mitra untuk kebenaran penelitian ini.

## B. Identitas Pelanggan

1. Nama :
2. Jenis Kelamin : 1) Laki-laki                  2) Perempuan
3. Umur : Tahun
4. Pekerjaan : a) Pelajar                      b) Pegawai Negeri  
c) Wiraswasta                      d) Ibu Rumah Tangga
5. Frekuensi Berkunjung : 1) Sebulan sekali  
2) 2x sebulan  
3) 3x sebulan



### C. Petunjuk Pengisian

1. Berilah tanda (√) ceklis pada salah satu jawaban yang menurut saudara sesuai dengan kenyataan yang terjadi.
2. Kolom terdiri dari 5 jawaban yang sudah tersedia. Dengan penjelasan sebagai berikut:

| PILIHAN | KETERANGAN          | SKOR |
|---------|---------------------|------|
| SS      | Sangat Setuju       | 5    |
| ST      | Setuju              | 4    |
| RG      | Ragu-Ragu           | 3    |
| TS      | Tidak Setuju        | 2    |
| STS     | Sangat Tidak Setuju | 1    |

### D. Angket Pelayanan Prima (Variabel X<sub>1</sub>)

| No. | Pernyataan   | SS | ST | RG | TS | STS |
|-----|--|----|----|----|----|-----|
| 1   | Karyawan toko “Mitra” harus memakai seragam yang lengkap                 |    |    |    |    |     |
| 2   | Toko “Mitra” memiliki Penataan ruang yang mudah di pahami pelanggan      |    |    |    |    |     |
| 3   | Toko “Mitra” memberikan keakuratan informasi mengenai promosi, dll       |    |    |    |    |     |
| 4   | Karyawan toko “Mitra” cekatan dalam dalam melayani                       |    |    |    |    |     |
| 5   | Toko “Mitra” memberikan Penanganan yang tepat terhadap keluhan pelanggan |    |    |    |    |     |
| 6   | Saya tidak terlalu lama menunggu untuk mendapatkan pelayanan             |    |    |    |    |     |

|    |  |  |  |  |  |  |
|----|--|--|--|--|--|--|
| 7  | Ketika Saya membutuhkan sesuatu karyawan toko “Mitra” memiliki waktu luang untuk merespon permintaan pelanggan |  |  |  |  |  |
| 8  | Saya merasa aman dan nyaman pada saat berbelanja di toko “Mitra”   |  |  |  |  |  |
| 9  | Karyawan toko “Mitra” memiliki pengetahuan luas tentang produk yang tersedia di toko “Mitra”                   |  |  |  |  |  |
| 10 | Karyawan toko “Mitra” memberikan perhatian secara perorangan seperti mengingat nama pelanggan                  |  |  |  |  |  |
| 11 | Karyawan toko “Mitra” dapat memahami keinginan dari pelanggan  |  |  |  |  |  |
| 12 | karyawan toko “Mitra” dapat menarik minat pelanggan untuk menggunakan produk secara kontinyu                   |  |  |  |  |  |

**E. Angket Kualitas Produk (Variabel X<sub>2</sub>)**

| No. | Pernyataan  | SS | ST | RG | TS | STS |
|-----|---|----|----|----|----|-----|
| 13  | Produk yang tersedia di toko “Mitra” memiliki kegunaan          |    |    |    |    |     |
| 14  | Toko Mitra memberikan kemudahan dalam mendapatkan produk        |    |    |    |    |     |
| 15  | Tata letak produk barang pada toko “Mitra” menarik              |    |    |    |    |     |
| 16  | Toko “Mitra” menyediakan merk produk yang lengkap               |    |    |    |    |     |
| 17  | Toko “Mitra menyediakan berbagai macam pilihan dari produk lain |    |    |    |    |     |

|    |  |  |  |  |  |  |
|----|--|--|--|--|--|--|
| 18 | Produk yang ditawarkan toko “Mitra” dapat bertahan lama                    |  |  |  |  |  |
| 19 | Produk yang tersedia di toko “Mitra” memiliki kemasan menarik              |  |  |  |  |  |
| 20 | Produk yang dijual di toko “Mitra” harus memiliki izin beredar dan halal   |  |  |  |  |  |
| 21 | Produk yang dijual di toko “Mitra” harus aman untuk di konsumsi            |  |  |  |  |  |
| 22 | Tanggal kadaluarsa tercantum pada setiap produk yang dijual ditoko “Mitra” |  |  |  |  |  |
| 23 | Toko “Mitra” melakukan penanganan keluhan atas produk yang ditawarkan      |  |  |  |  |  |
| 24 | Produk yang tersedia di toko “Mitra” memiliki desain produk yang unik      |  |  |  |  |  |
| 25 | Produk yang ditawarkan di toko “Mitra” memiliki reputasi yang baik         |  |  |  |  |  |

**F. Angket Kepuasan Pelanggan (Variabel Y)**

| <b>No.</b> | <b>Pernyataan</b>  | <b>SS</b> | <b>ST</b> | <b>RG</b> | <b>TS</b> | <b>STS</b> |
|------------|--|-----------|-----------|-----------|-----------|------------|
| 26         | Saya puas dengan harga jual produk terjangkau oleh pembeli   |           |           |           |           |            |
| 27         | Saya merasa puas dengan harga sesuai dengan manfaat yang diperoleh                                 |           |           |           |           |            |
| 28         | Saya puas dengan harga produk yang ditawarkan di toko “Mitra”                                      |           |           |           |           |            |
| 29         | Saya puas dengan keramahan dan kesopanan karyawan  |           |           |           |           |            |
| 30         | Saya merasa puas dengan kecepatan karyawan dalam melayani  |           |           |           |           |            |
| 31         | Saya puas dengan tanggung jawab dan jaminan yang diberikan toko “Mitra” terhadap keluhan pelanggan |           |           |           |           |            |
| 32         | Saya puas dengan kualitas produk yang sesuai akan kebutuhan pelanggan                              |           |           |           |           |            |
| 33         | Saya merasa puas dengan Produk yang ditawarkan di toko “Mitra” bervariasi                          |           |           |           |           |            |
| 34         | Produk yang ada di toko “Mitra” dapat memberikan kepuasan tersendiri                               |           |           |           |           |            |
| 35         | Saya puas dengan produk-produk di toko “Mitra” karena mudah diperoleh                              |           |           |           |           |            |

Lampiran 2

**DAFTAR RESPONDEN**  
**TOKO MITRA KOTA TEGAL**

| <b>No</b> | <b>Nama</b>                | <b>Jenis Kelamin</b> | <b>Umur</b> | <b>Frekuensi Berkunjung (Bulan)</b> |
|-----------|----------------------------|----------------------|-------------|-------------------------------------|
| 1         | Bandi                      | L                    | 51          | Lebih 3x                            |
| 2         | Nur Widya                  | P                    | 21          | 1x                                  |
| 3         | Sukri                      | L                    | 40          | 2x                                  |
| 4         | Kharisma Putri             | P                    | 26          | 2x                                  |
| 5         | Ariba Azilia Noviati       | P                    | 22          | 1x                                  |
| 6         | Marlina                    | P                    | 27          | 2x                                  |
| 7         | Tri Widarningsih           | P                    | 27          | 2x                                  |
| 8         | Yuliana Elmi               | P                    | 31          | 3x                                  |
| 9         | Andini Putri               | p                    | 21          | 2x                                  |
| 10        | Muhammad Abimanyu Syahbani | L                    | 31          | Lebih 3x                            |
| 11        | Suratno                    | L                    | 33          | 3x                                  |
| 12        | Dinny Atfaliyah            | P                    | 24          | 1x                                  |
| 13        | Ade Lutfiani               | P                    | 25          | 3x                                  |
| 14        | Rochimah                   | P                    | 42          | 1x                                  |
| 15        | Nur Hikmah                 | P                    | 35          | 3x                                  |
| 16        | Siti Koimah                | P                    | 42          | 1x                                  |
| 17        | Mairoh                     | P                    | 43          | 1X                                  |
| 18        | Ika Solastri               | P                    | 22          | 1x                                  |
| 19        | Lailatul                   | P                    | 45          | 2x                                  |
| 20        | Rindi Antika Melani        | P                    | 25          | 1X                                  |
| 21        | Sri Mulyani                | P                    | 22          | 1x                                  |

|    |                        |   |    |    |
|----|------------------------|---|----|----|
| 22 | Salma Larasati         | P | 27 | 2X |
| 23 | Ahmad Sobirin          | L | 30 | 2x |
| 24 | Yana Saripah           | P | 28 | 3X |
| 25 | Pupus Angguning        | P | 32 | 2x |
| 26 | Rizqi Anggraeni        | P | 22 | 3x |
| 27 | Muhammad Fauzan Dzika  | L | 20 | 2x |
| 28 | Purwo Indra Gunawan    | L | 34 | 2x |
| 29 | Susilowati             | P | 42 | 1x |
| 30 | Nabilah Khoirunnisa    | P | 23 | 3x |
| 31 | Wiwi Nur Laely         | P | 26 | 2x |
| 32 | Rifair                 | L | 29 | 1x |
| 33 | Sisca Lusiana          | P | 24 | 2X |
| 34 | Nur                    | P | 37 | 3x |
| 35 | Ibang Anyes Pangestika | L | 23 | 1x |
| 36 | Lulu Mudawamah         | P | 27 | 2x |
| 37 | Endang Susilowati      | P | 42 | 2X |
| 38 | Rojiun                 | L | 52 | 1x |
| 39 | Ariqoh Fatinah         | P | 25 | 2x |
| 40 | Darmadi                | L | 48 | 2x |
| 41 | Kolilah                | P | 47 | 2X |
| 42 | Surmini                | P | 40 | 2x |
| 43 | Bagus Ulinuha          | L | 21 | 1x |
| 44 | Rafliansyah            | L | 30 | 1x |
| 45 | Siti Sunitah           | P | 47 | 1X |
| 46 | Ratih                  | P | 26 | 2X |
| 47 | Aziematumikmah         | P | 21 | 1X |

|    |                  |   |    |    |
|----|------------------|---|----|----|
| 48 | Nur Jannatun     | P | 25 | 2x |
| 49 | Mutmainah        | P | 30 | 1x |
| 50 | Ennisah          | P | 31 | 2X |
| 51 | Asih             | P | 26 | 2X |
| 52 | Sinok            | P | 35 | 3x |
| 53 | Marniti          | P | 50 | 2X |
| 54 | Mela Suciati     | P | 26 | 2X |
| 55 | Nur Baeti        | P | 22 | 2x |
| 56 | Indi Mayangsari  | P | 28 | 2X |
| 57 | Irohinah         | P | 32 | 1X |
| 58 | Dendi            | L | 31 | 2x |
| 59 | Nani Irawati     | P | 30 | 1X |
| 60 | Indah Masrofiqoh | P | 21 | 1X |
| 61 | Dijah            | P | 27 | 2X |
| 62 | Ningsih          | P | 32 | 2X |
| 63 | Hesti Purwanti   | P | 30 | 2x |
| 64 | Annisa           | P | 34 | 3x |
| 65 | Ela Agustina     | P | 22 | 1x |

Lampiran 3

**TABULASI HASIL PENELITIAN RESPONDEN PELAYANAN PRIMA**

| Responden | Pernyataan |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    | X1 |
|-----------|------------|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|----|
|           | 1          | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 |    |
| R-01      | 5          | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4  | 4  | 5  | 48 |
| R-02      | 5          | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4  | 3  | 4  | 40 |
| R-03      | 4          | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5  | 4  | 4  | 48 |
| R-04      | 4          | 2 | 4 | 3 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 3  | 3  | 4  | 37 |
| R-05      | 4          | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4  | 4  | 4  | 42 |
| R-06      | 5          | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5  | 4  | 4  | 49 |
| R-07      | 4          | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3  | 4  | 4  | 38 |
| R-08      | 4          | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4  | 4  | 4  | 51 |
| R-09      | 4          | 5 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2  | 5  | 5  | 48 |
| R-10      | 4          | 4 | 3 | 3 | 5 | 4 | 3 | 5 | 3 | 3  | 3  | 3  | 40 |
| R-11      | 5          | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5  | 5  | 5  | 55 |
| R-12      | 4          | 2 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 2 | 3  | 2  | 5  | 37 |
| R-13      | 5          | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5  | 5  | 5  | 55 |
| R-14      | 4          | 3 | 4 | 4 | 3 | 5 | 3 | 3 | 2 | 2  | 4  | 4  | 37 |
| R-15      | 5          | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4  | 4  | 4  | 51 |
| R-16      | 4          | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4  | 4  | 4  | 42 |
| R-17      | 5          | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4  | 4  | 5  | 49 |
| R-18      | 4          | 4 | 5 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 2  | 4  | 3  | 37 |
| R-19      | 4          | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4  | 4  | 4  | 42 |
| R-20      | 5          | 2 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2  | 3  | 3  | 41 |
| R-21      | 4          | 3 | 3 | 2 | 5 | 2 | 2 | 3 | 4 | 4  | 3  | 4  | 35 |
| R-22      | 4          | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4  | 4  | 4  | 43 |



|       |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |
|-------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| R-23  | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 41 |
| R-24  | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 48 |
| R-25  | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 45 |
| R-26  | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 46 |
| R-27  | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 55 |
| R-28  | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 48 |
| R-29  | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 43 |
| R-30  | 4 | 3 | 3 | 2 | 5 | 2 | 2 | 3 | 4 | 4 | 3 | 5 | 35 |
| R-31  | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 44 |
| R-32  | 5 | 4 | 5 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 38 |
| R-33  | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 38 |
| R-34  | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 41 |
| R-35  | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 36 |
| R-36  | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 37 |
| R-37  | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 41 |
| R-38  | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 2 | 5 | 4 | 48 |
| R-39  | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 46 |
| R-40  | 4 | 3 | 3 | 2 | 4 | 2 | 2 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 34 |
| R-41  | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 48 |
| R- 42 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 4 | 4 | 34 |
| R- 43 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 43 |
| R- 44 | 5 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 37 |
| R- 45 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 43 |
| R-46  | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 55 |
| R-47  | 5 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 5 | 4 | 38 |
| R-48  | 5 | 5 | 5 | 2 | 4 | 3 | 2 | 5 | 2 | 2 | 5 | 2 | 40 |

|      |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |
|------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| R-49 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 3 | 45 |
| R-50 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 5 | 2 | 5 | 5 | 5 | 49 |
| R-51 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 44 |
| R-52 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 3 | 5 | 3 | 2 | 4 | 4 | 39 |
| R-53 | 5 | 4 | 3 | 2 | 5 | 4 | 4 | 4 | 2 | 3 | 3 | 4 | 39 |
| R-54 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 39 |
| R-55 | 4 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 21 |
| R-56 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 41 |
| R-57 | 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 37 |
| R-58 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 36 |
| R-59 | 4 | 4 | 2 | 2 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 3 | 41 |
| R-60 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 2 | 5 | 3 | 2 | 3 | 4 | 37 |
| R-61 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 41 |
| R-62 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 44 |
| R-63 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 50 |
| R-64 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 43 |
| R-65 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 1 | 5 | 1 | 40 |



Lampiran 4

**TABULASI HASIL PENELITIAN RESPONDEN KUALITAS PRODUK**

| Responden | Pernyataan |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    | X2 |
|-----------|------------|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|----|----|
|           | 1          | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 |    |
| R-01      | 4          | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5  | 5  | 4  | 4  | 57 |
| R-02      | 5          | 5 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4  | 4  | 3  | 3  | 51 |
| R-03      | 5          | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4  | 5  | 4  | 4  | 57 |
| R-04      | 4          | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4  | 3  | 2  | 4  | 46 |
| R-05      | 4          | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4  | 4  | 4  | 4  | 49 |
| R-06      | 5          | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4  | 4  | 5  | 4  | 57 |
| R-07      | 4          | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 2 | 5 | 5  | 5  | 4  | 2  | 54 |
| R-08      | 4          | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5  | 5  | 3  | 3  | 56 |
| R-09      | 5          | 5 | 3 | 5 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4  | 4  | 5  | 5  | 57 |
| R-10      | 5          | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5  | 4  | 5  | 5  | 62 |
| R-11      | 4          | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5  | 5  | 5  | 5  | 56 |
| R-12      | 5          | 5 | 2 | 5 | 5 | 5 | 2 | 5 | 5 | 5  | 4  | 2  | 5  | 55 |
| R-13      | 4          | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5  | 4  | 3  | 4  | 52 |
| R-14      | 4          | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4  | 5  | 5  | 5  | 62 |
| R-15      | 5          | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4  | 4  | 4  | 4  | 56 |
| R-16      | 5          | 3 | 2 | 5 | 4 | 3 | 2 | 5 | 5 | 5  | 4  | 2  | 4  | 49 |
| R-17      | 4          | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5  | 5  | 5  | 5  | 57 |
| R-18      | 5          | 4 | 2 | 4 | 4 | 3 | 3 | 5 | 5 | 2  | 3  | 3  | 3  | 46 |
| R-19      | 4          | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5  | 5  | 3  | 5  | 53 |
| R-20      | 3          | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4  | 4  | 3  | 3  | 50 |
| R-21      | 4          | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5  | 4  | 4  | 4  | 52 |
| R-22      | 4          | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4  | 4  | 4  | 4  | 49 |

|       |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |
|-------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| R-23  | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 53 |
| R-24  | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 59 |
| R-25  | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 55 |
| R-26  | 5 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 56 |
| R-27  | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 52 |
| R-28  | 3 | 3 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 49 |
| R-29  | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 53 |
| R-30  | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 53 |
| R-31  | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 53 |
| R-32  | 4 | 4 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 43 |
| R-33  | 4 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 48 |
| R-34  | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 51 |
| R-35  | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 41 |
| R-36  | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 51 |
| R-37  | 4 | 3 | 3 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 54 |
| R-38  | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 61 |
| R-39  | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 53 |
| R-40  | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 52 |
| R-41  | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 55 |
| R- 42 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 50 |
| R- 43 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 2 | 3 | 3 | 3 | 49 |
| R- 44 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 49 |
| R- 45 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 55 |
| R-46  | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 65 |
| R-47  | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 4 | 51 |

|      |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |
|------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| R-48 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 58 |
| R-49 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 5 | 56 |
| R-50 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 51 |
| R-51 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 52 |
| R-52 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 54 |
| R-53 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 55 |
| R-54 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 62 |
| R-55 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 52 |
| R-56 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 55 |
| R-57 | 5 | 4 | 2 | 4 | 4 | 3 | 3 | 5 | 5 | 2 | 3 | 3 | 3 | 46 |
| R-58 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 53 |
| R-59 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 2 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 51 |
| R-60 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 52 |
| R-61 | 5 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 50 |
| R-62 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 57 |
| R-63 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 59 |
| R-64 | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 51 |
| R-65 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 57 |

Lampiran 5

**TABULASI HASIL PENELITIAN RESPONDEN KEPUASAN PELANGGAN**

| Responden | Pernyataan |   |   |   |   |   |   |   |   |    | Y  |
|-----------|------------|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|
|           | 1          | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |    |
| R-01      | 5          | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5  | 43 |
| R-02      | 4          | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4  | 39 |
| R-03      | 5          | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3  | 41 |
| R-04      | 4          | 4 | 4 | 2 | 2 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4  | 38 |
| R-05      | 4          | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4  | 40 |
| R-06      | 5          | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4  | 43 |
| R-07      | 4          | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4  | 40 |
| R-08      | 3          | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4  | 38 |
| R-09      | 4          | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5  | 45 |
| R-10      | 5          | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5  | 47 |
| R-11      | 4          | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4  | 45 |
| R-12      | 5          | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 2 | 5  | 43 |
| R-13      | 3          | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4  | 39 |
| R-14      | 4          | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4  | 40 |
| R-15      | 4          | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4  | 38 |
| R-16      | 4          | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3  | 42 |
| R-17      | 4          | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 3  | 41 |
| R-18      | 4          | 4 | 4 | 1 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4  | 36 |
| R-19      | 4          | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4  | 42 |
| R-20      | 3          | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 5  | 42 |
| R-21      | 4          | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4  | 45 |

|       |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |
|-------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| R-22  | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 42 |
| R-23  | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 38 |
| R-24  | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 45 |
| R-25  | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 46 |
| R-26  | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 37 |
| R-27  | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 50 |
| R-28  | 3 | 5 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 36 |
| R-29  | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 40 |
| R-30  | 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 | 4 | 37 |
| R-31  | 3 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 37 |
| R-32  | 4 | 4 | 4 | 1 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 35 |
| R-33  | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 36 |
| R-34  | 5 | 5 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 40 |
| R-35  | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 30 |
| R-36  | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 38 |
| R-37  | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 41 |
| R-38  | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 49 |
| R-39  | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 40 |
| R-40  | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 35 |
| R-41  | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 40 |
| R- 42 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 38 |
| R- 43 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 48 |
| R- 44 | 4 | 5 | 5 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 2 | 3 | 37 |
| R- 45 | 5 | 5 | 4 | 2 | 3 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 40 |
| R-46  | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 50 |
| R-47  | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 37 |



|      |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |
|------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| R-48 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 42 |
| R-49 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 48 |
| R-50 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 46 |
| R-51 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 40 |
| R-52 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 42 |
| R-53 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 44 |
| R-54 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 35 |
| R-55 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 35 |
| R-56 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 34 |
| R-57 | 4 | 4 | 4 | 2 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 36 |
| R-58 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 40 |
| R-59 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 41 |
| R-60 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 38 |
| R-61 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 5 | 3 | 37 |
| R-62 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 47 |
| R-63 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 44 |
| R-64 | 4 | 3 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 42 |
| R-65 | 2 | 2 | 2 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 34 |

## Lampiran 6

**TABEL VALIDITAS INSTRUMEN VARIABEL PELAYANAN PRIMA (X1)**

|      |                     | Correlations |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |          |
|------|---------------------|--------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|----------|
|      |                     | X1.1         | X1.2   | X1.3   | X1.4   | X1.5   | X1.6   | X1.7   | X1.8   | X1.9   | X1.10  | X1.11  | X1.12  | Total_X1 |
| X1.1 | Pearson Correlation | 1            | .217   | .199   | .062   | .125   | .162   | .183   | .296*  | .113   | -.014  | .223   | -.037  | .307*    |
|      | Sig. (2-tailed)     |              | .083   | .112   | .623   | .323   | .198   | .146   | .017   | .372   | .912   | .074   | .772   | .013     |
|      | N                   | 65           | 65     | 65     | 65     | 65     | 65     | 65     | 65     | 65     | 65     | 65     | 65     | 65       |
| X1.2 | Pearson Correlation | .217         | 1      | .466** | .501** | .318** | .482** | .501** | .559** | .397** | .370** | .569** | .279*  | .752**   |
|      | Sig. (2-tailed)     | .083         |        | .000   | .000   | .010   | .000   | .000   | .000   | .001   | .002   | .000   | .024   | .000     |
|      | N                   | 65           | 65     | 65     | 65     | 65     | 65     | 65     | 65     | 65     | 65     | 65     | 65     | 65       |
| X1.3 | Pearson Correlation | .199         | .466** | 1      | .430** | .259*  | .281*  | .349** | .257*  | .247*  | .400** | .321** | .281*  | .592**   |
|      | Sig. (2-tailed)     | .112         | .000   |        | .000   | .037   | .023   | .004   | .039   | .047   | .001   | .009   | .023   | .000     |
|      | N                   | 65           | 65     | 65     | 65     | 65     | 65     | 65     | 65     | 65     | 65     | 65     | 65     | 65       |
| X1.4 | Pearson Correlation | .062         | .501** | .430** | 1      | .377** | .678** | .649** | .339** | .431** | .450** | .328** | .496** | .759**   |
|      | Sig. (2-tailed)     | .623         | .000   | .000   |        | .002   | .000   | .000   | .006   | .000   | .000   | .008   | .000   | .000     |
|      | N                   | 65           | 65     | 65     | 65     | 65     | 65     | 65     | 65     | 65     | 65     | 65     | 65     | 65       |
| X1.5 | Pearson Correlation | .125         | .318** | .259*  | .377** | 1      | .471** | .350** | .389** | .424** | .426** | .185   | .410** | .596**   |

[illegible]

[illegible]

Lampiran 7

**TABEL VALIDITAS INSTRUMEN VARIABEL KUALITAS PRODUK (X2)**

**Correlations**

|                          | X2.1   | X2.2   | X2.3 | X2.4   | X2.5   | X2.6   | X2.7   | X2.8   | X2.9   | X2.10 | X2.11  | X2.12  | X2.13 | Total_X2 |
|--------------------------|--------|--------|------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|-------|--------|--------|-------|----------|
| X2.1 Pearson Correlation | 1      | .265*  | .012 | .334** | .351** | .127   | -.012  | .134   | .182   | -.027 | .170   | .040   | .108  | .356**   |
| Sig. (2-tailed)          |        | .033   | .923 | .007   | .004   | .315   | .926   | .286   | .146   | .832  | .176   | .754   | .394  | .004     |
| N                        | 65     | 65     | 65   | 65     | 65     | 65     | 65     | 65     | 65     | 65    | 65     | 65     | 65    | 65       |
| X2.2 Pearson Correlation | .265*  | 1      | .044 | .159   | .330** | .068   | .207   | .348** | -.039  | .130  | .163   | .164   | .223  | .467**   |
| Sig. (2-tailed)          | .033   |        | .725 | .206   | .007   | .590   | .098   | .004   | .759   | .303  | .195   | .190   | .074  | .000     |
| N                        | 65     | 65     | 65   | 65     | 65     | 65     | 65     | 65     | 65     | 65    | 65     | 65     | 65    | 65       |
| X2.3 Pearson Correlation | .012   | .044   | 1    | .165   | .203   | .298*  | .443** | -.191  | -.012  | .315* | .339** | .427** | .128  | .563**   |
| Sig. (2-tailed)          | .923   | .725   |      | .190   | .104   | .016   | .000   | .128   | .923   | .011  | .006   | .000   | .310  | .000     |
| N                        | 65     | 65     | 65   | 65     | 65     | 65     | 65     | 65     | 65     | 65    | 65     | 65     | 65    | 65       |
| X2.4 Pearson Correlation | .334** | .159   | .165 | 1      | .457** | .397** | -.039  | .064   | .323** | .249* | .311*  | .041   | .138  | .535**   |
| Sig. (2-tailed)          | .007   | .206   | .190 |        | .000   | .001   | .760   | .612   | .009   | .045  | .012   | .747   | .274  | .000     |
| N                        | 65     | 65     | 65   | 65     | 65     | 65     | 65     | 65     | 65     | 65    | 65     | 65     | 65    | 65       |
| X2.5 Pearson Correlation | .351** | .330** | .203 | .457** | 1      | .325** | .049   | .116   | .263*  | .259* | .421** | .018   | .140  | .592**   |
| Sig. (2-tailed)          | .004   | .007   | .104 | .000   |        | .008   | .698   | .356   | .035   | .037  | .000   | .889   | .267  | .000     |

|       |                     |       |        |        |        |        |       |       |        |        |        |        |        |        |        |
|-------|---------------------|-------|--------|--------|--------|--------|-------|-------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
|       | N                   | 65    | 65     | 65     | 65     | 65     | 65    | 65    | 65     | 65     | 65     | 65     | 65     | 65     | 65     |
| X2.6  | Pearson Correlation | .127  | .068   | .298*  | .397** | .325** | 1     | .190  | -.188  | -.065  | .114   | .235   | .168   | -.055  | .434** |
|       | Sig. (2-tailed)     | .315  | .590   | .016   | .001   | .008   |       | .130  | .135   | .608   | .366   | .059   | .181   | .666   | .000   |
|       | N                   | 65    | 65     | 65     | 65     | 65     | 65    | 65    | 65     | 65     | 65     | 65     | 65     | 65     | 65     |
| X2.7  | Pearson Correlation | -.012 | .207   | .443** | -.039  | .049   | .190  | 1     | .057   | -.073  | .083   | .216   | .520** | .088   | .466** |
|       | Sig. (2-tailed)     | .926  | .098   | .000   | .760   | .698   | .130  |       | .650   | .562   | .514   | .084   | .000   | .487   | .000   |
|       | N                   | 65    | 65     | 65     | 65     | 65     | 65    | 65    | 65     | 65     | 65     | 65     | 65     | 65     | 65     |
| X2.8  | Pearson Correlation | .134  | .348** | -.191  | .064   | .116   | -.188 | .057  | 1      | .431** | .138   | .062   | -.099  | .460** | .324** |
|       | Sig. (2-tailed)     | .286  | .004   | .128   | .612   | .356   | .135  | .650  |        | .000   | .275   | .622   | .433   | .000   | .008   |
|       | N                   | 65    | 65     | 65     | 65     | 65     | 65    | 65    | 65     | 65     | 65     | 65     | 65     | 65     | 65     |
| X2.9  | Pearson Correlation | .182  | -.039  | -.012  | .323** | .263*  | -.065 | -.073 | .431** | 1      | .147   | .127   | -.180  | .142   | .278*  |
|       | Sig. (2-tailed)     | .146  | .759   | .923   | .009   | .035   | .608  | .562  | .000   |        | .244   | .314   | .152   | .261   | .025   |
|       | N                   | 65    | 65     | 65     | 65     | 65     | 65    | 65    | 65     | 65     | 65     | 65     | 65     | 65     | 65     |
| X2.10 | Pearson Correlation | -.027 | .130   | .315*  | .249*  | .259*  | .114  | .083  | .138   | .147   | 1      | .577** | .130   | .490** | .599** |
|       | Sig. (2-tailed)     | .832  | .303   | .011   | .045   | .037   | .366  | .514  | .275   | .244   |        | .000   | .304   | .000   | .000   |
|       | N                   | 65    | 65     | 65     | 65     | 65     | 65    | 65    | 65     | 65     | 65     | 65     | 65     | 65     | 65     |
| X2.11 | Pearson Correlation | .170  | .163   | .339** | .311*  | .421** | .235  | .216  | .062   | .127   | .577** | 1      | .254*  | .368** | .670** |

[illegible]

## Lampiran 8

**TABEL VALIDITAS INSTRUMEN VARIABEL KEPUASAN PELANGGAN (Y)**

[illegible]



[illegible]

Lampiran 9

**HASIL RELIABILITAS**

Pelayanan Prima (X1)

| Cronbach's<br>Alpha | N of Items |
|---------------------|------------|
| .874                | 12         |

Kualitas Produk (X2)

| Cronbach's<br>Alpha | N of Items |
|---------------------|------------|
| .727                | 13         |

Kepuasan Pelanggan (Y)

| Cronbach's<br>Alpha | N of Items |
|---------------------|------------|
| .787                | 10         |

Lampiran 10

**HASIL ANALISIS DESKRIPTIF**

**STATISTIK DESKRIPTIF**

| Statistics     |         |       |       |       |
|----------------|---------|-------|-------|-------|
|                |         | X1    | X2    | Y     |
| N              | Valid   | 65    | 65    | 65    |
|                | Missing | 0     | 0     | 0     |
| Mean           |         | 42,35 | 53,31 | 40,52 |
| Std. Deviation |         | 6,140 | 4,507 | 4,280 |
| Minimum        |         | 21    | 41    | 30    |
| Maximum        |         | 55    | 65    | 50    |

| Pelayanan Prima (X1) |       |           |         |               |                    |
|----------------------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
|                      |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid                | 21    | 1         | 1.5     | 1.5           | 1.5                |
|                      | 34    | 2         | 3.1     | 3.1           | 4.6                |
|                      | 35    | 2         | 3.1     | 3.1           | 7.7                |
|                      | 36    | 2         | 3.1     | 3.1           | 10.8               |
|                      | 37    | 8         | 12.3    | 12.3          | 23.1               |
|                      | 38    | 4         | 6.2     | 6.2           | 29.2               |
|                      | 39    | 3         | 4.6     | 4.6           | 33.8               |
|                      | 40    | 4         | 6.2     | 6.2           | 40.0               |
|                      | 41    | 7         | 10.8    | 10.8          | 50.8               |
|                      | 42    | 3         | 4.6     | 4.6           | 55.4               |
|                      | 43    | 5         | 7.7     | 7.7           | 63.1               |
|                      | 44    | 3         | 4.6     | 4.6           | 67.7               |
|                      | 45    | 2         | 3.1     | 3.1           | 70.8               |
|                      | 46    | 2         | 3.1     | 3.1           | 73.8               |
|                      | 48    | 7         | 10.8    | 10.8          | 84.6               |
|                      | 49    | 3         | 4.6     | 4.6           | 89.2               |
|                      | 50    | 1         | 1.5     | 1.5           | 90.8               |
|                      | 51    | 2         | 3.1     | 3.1           | 93.8               |
|                      | 55    | 4         | 6.2     | 6.2           | 100.0              |
|                      | Total | 65        | 100.0   | 100.0         |                    |

| Kualitas Produk (X2) |       |           |         |               |                    |
|----------------------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
|                      |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid                | 41    | 1         | 1.5     | 1.5           | 1.5                |
|                      | 43    | 1         | 1.5     | 1.5           | 3.1                |
|                      | 46    | 3         | 4.6     | 4.6           | 7.7                |
|                      | 48    | 1         | 1.5     | 1.5           | 9.2                |
|                      | 49    | 6         | 9.2     | 9.2           | 18.5               |
|                      | 50    | 3         | 4.6     | 4.6           | 23.1               |
|                      | 51    | 7         | 10.8    | 10.8          | 33.8               |
|                      | 52    | 7         | 10.8    | 10.8          | 44.6               |
|                      | 53    | 7         | 10.8    | 10.8          | 55.4               |
|                      | 54    | 3         | 4.6     | 4.6           | 60.0               |
|                      | 55    | 6         | 9.2     | 9.2           | 69.2               |
|                      | 56    | 5         | 7.7     | 7.7           | 76.9               |
|                      | 57    | 7         | 10.8    | 10.8          | 87.7               |
|                      | 58    | 1         | 1.5     | 1.5           | 89.2               |
|                      | 59    | 2         | 3.1     | 3.1           | 92.3               |
|                      | 61    | 1         | 1.5     | 1.5           | 93.8               |
|                      | 62    | 3         | 4.6     | 4.6           | 98.5               |
|                      | 65    | 1         | 1.5     | 1.5           | 100.0              |
|                      | Total | 65        | 100.0   | 100.0         |                    |

| Kepuasan Pelanggan (Y) |       |           |         |               |                    |
|------------------------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
|                        |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid                  | 30    | 1         | 1.5     | 1.5           | 1.5                |
|                        | 34    | 2         | 3.1     | 3.1           | 4.6                |
|                        | 35    | 4         | 6.2     | 6.2           | 10.8               |
|                        | 36    | 4         | 6.2     | 6.2           | 16.9               |
|                        | 37    | 6         | 9.2     | 9.2           | 26.2               |
|                        | 38    | 7         | 10.8    | 10.8          | 36.9               |
|                        | 39    | 2         | 3.1     | 3.1           | 40.0               |
|                        | 40    | 10        | 15.4    | 15.4          | 55.4               |
|                        | 41    | 4         | 6.2     | 6.2           | 61.5               |
|                        | 42    | 7         | 10.8    | 10.8          | 72.3               |
|                        | 43    | 3         | 4.6     | 4.6           | 76.9               |
|                        | 44    | 2         | 3.1     | 3.1           | 80.0               |
|                        | 45    | 4         | 6.2     | 6.2           | 86.2               |
|                        | 46    | 2         | 3.1     | 3.1           | 89.2               |
|                        | 47    | 2         | 3.1     | 3.1           | 92.3               |
|                        | 48    | 2         | 3.1     | 3.1           | 95.4               |
|                        | 49    | 1         | 1.5     | 1.5           | 96.9               |
|                        | 50    | 2         | 3.1     | 3.1           | 100.0              |
|                        | Total | 65        | 100.0   | 100.0         |                    |

**Tabel NILAI – NILAI r PRODUCT MOMENT**

| <b>N</b>  | Taraf signifikan |       | <b>N</b>  | Taraf signifikan |       | <b>N</b>    | Taraf signifikan |       |
|-----------|------------------|-------|-----------|------------------|-------|-------------|------------------|-------|
|           | 5%               | 1%    |           | 5%               | 1%    |             | 5%               | 1%    |
| <b>3</b>  | 0,997            | 0,999 | <b>27</b> | 0,381            | 0,487 | <b>55</b>   | 0,266            | 0,345 |
| <b>4</b>  | 0,950            | 0,990 | <b>28</b> | 0,374            | 0,478 | <b>60</b>   | 0,254            | 0,330 |
| <b>5</b>  | 0,878            | 0,959 | <b>29</b> | 0,367            | 0,470 | <b>65</b>   | 0,244            | 0,317 |
| <b>6</b>  | 0,811            | 0,917 | <b>30</b> | 0,361            | 0,463 | <b>70</b>   | 0,235            | 0,306 |
| <b>7</b>  | 0,754            | 0,874 | <b>31</b> | 0,355            | 0,456 | <b>75</b>   | 0,227            | 0,296 |
| <b>8</b>  | 0,707            | 0,834 | <b>32</b> | 0,349            | 0,449 | <b>80</b>   | 0,220            | 0,286 |
| <b>9</b>  | 0,666            | 0,798 | <b>33</b> | 0,344            | 0,442 | <b>85</b>   | 0,213            | 0,278 |
| <b>10</b> | 0,632            | 0,765 | <b>34</b> | 0,339            | 0,436 | <b>90</b>   | 0,207            | 0,270 |
| <b>11</b> | 0,602            | 0,735 | <b>35</b> | 0,334            | 0,430 | <b>95</b>   | 0,202            | 0,263 |
| <b>12</b> | 0,576            | 0,708 | <b>36</b> | 0,329            | 0,424 | <b>100</b>  | 0,195            | 0,256 |
| <b>13</b> | 0,553            | 0,684 | <b>37</b> | 0,325            | 0,418 | <b>125</b>  | 0,176            | 0,230 |
| <b>14</b> | 0,532            | 0,661 | <b>38</b> | 0,320            | 0,413 | <b>150</b>  | 0,159            | 0,210 |
| <b>15</b> | 0,514            | 0,641 | <b>39</b> | 0,316            | 0,408 | <b>175</b>  | 0,148            | 0,194 |
| <b>16</b> | 0,497            | 0,623 | <b>40</b> | 0,312            | 0,403 | <b>200</b>  | 0,138            | 0,181 |
| <b>17</b> | 0,482            | 0,606 | <b>41</b> | 0,308            | 0,398 | <b>300</b>  | 0,113            | 0,148 |
| <b>18</b> | 0,468            | 0,590 | <b>42</b> | 0,304            | 0,393 | <b>400</b>  | 0,098            | 0,128 |
| <b>19</b> | 0,456            | 0,575 | <b>43</b> | 0,301            | 0,389 | <b>500</b>  | 0,088            | 0,115 |
| <b>20</b> | 0,444            | 0,561 | <b>44</b> | 0,297            | 0,384 | <b>600</b>  | 0,080            | 0,105 |
| <b>21</b> | 0,433            | 0,549 | <b>45</b> | 0,294            | 0,380 | <b>700</b>  | 0,074            | 0,097 |
| <b>22</b> | 0,423            | 0,537 | <b>46</b> | 0,291            | 0,376 | <b>800</b>  | 0,070            | 0,091 |
| <b>23</b> | 0,413            | 0,526 | <b>47</b> | 0,288            | 0,372 | <b>900</b>  | 0,065            | 0,086 |
| <b>24</b> | 0,404            | 0,515 | <b>48</b> | 0,284            | 0,368 | <b>1000</b> | 0,062            | 0,081 |
| <b>25</b> | 0,396            | 0,505 | <b>49</b> | 0,281            | 0,364 |             |                  |       |
| <b>26</b> | 0,388            | 0,406 | <b>50</b> | 0,279            | 0,361 |             |                  |       |

Sumber : Riduwan, 2015 ; 268

Lampiran 12

**Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05**

| df untuk<br>penyebut<br>(N2) | df untuk pembilang (N1) |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |
|------------------------------|-------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
|                              | 1                       | 2     | 3     | 4     | 5     | 6     | 7     | 8     | 9     | 10    | 11    | 12    | 13    | 14    | 15    |
| 1                            | 161                     | 199   | 216   | 225   | 230   | 234   | 237   | 239   | 241   | 242   | 243   | 244   | 245   | 245   | 246   |
| 2                            | 18.51                   | 19.00 | 19.16 | 19.25 | 19.30 | 19.33 | 19.35 | 19.37 | 19.38 | 19.40 | 19.40 | 19.41 | 19.42 | 19.42 | 19.43 |
| 3                            | 10.13                   | 9.55  | 9.28  | 9.12  | 9.01  | 8.94  | 8.89  | 8.85  | 8.81  | 8.79  | 8.76  | 8.74  | 8.73  | 8.71  | 8.70  |
| 4                            | 7.71                    | 6.94  | 6.59  | 6.39  | 6.26  | 6.16  | 6.09  | 6.04  | 6.00  | 5.96  | 5.94  | 5.91  | 5.89  | 5.87  | 5.86  |
| 5                            | 6.61                    | 5.79  | 5.41  | 5.19  | 5.05  | 4.95  | 4.88  | 4.82  | 4.77  | 4.74  | 4.70  | 4.68  | 4.66  | 4.64  | 4.62  |
| 6                            | 5.99                    | 5.14  | 4.76  | 4.53  | 4.39  | 4.28  | 4.21  | 4.15  | 4.10  | 4.06  | 4.03  | 4.00  | 3.98  | 3.96  | 3.94  |
| 7                            | 5.59                    | 4.74  | 4.35  | 4.12  | 3.97  | 3.87  | 3.79  | 3.73  | 3.68  | 3.64  | 3.60  | 3.57  | 3.55  | 3.53  | 3.51  |
| 8                            | 5.32                    | 4.46  | 4.07  | 3.84  | 3.69  | 3.58  | 3.50  | 3.44  | 3.39  | 3.35  | 3.31  | 3.28  | 3.26  | 3.24  | 3.22  |
| 9                            | 5.12                    | 4.26  | 3.86  | 3.63  | 3.48  | 3.37  | 3.29  | 3.23  | 3.18  | 3.14  | 3.10  | 3.07  | 3.05  | 3.03  | 3.01  |
| 10                           | 4.96                    | 4.10  | 3.71  | 3.48  | 3.33  | 3.22  | 3.14  | 3.07  | 3.02  | 2.98  | 2.94  | 2.91  | 2.89  | 2.86  | 2.85  |
| 11                           | 4.84                    | 3.98  | 3.59  | 3.36  | 3.20  | 3.09  | 3.01  | 2.95  | 2.90  | 2.85  | 2.82  | 2.79  | 2.76  | 2.74  | 2.72  |
| 12                           | 4.75                    | 3.89  | 3.49  | 3.26  | 3.11  | 3.00  | 2.91  | 2.85  | 2.80  | 2.75  | 2.72  | 2.69  | 2.66  | 2.64  | 2.62  |
| 13                           | 4.67                    | 3.81  | 3.41  | 3.18  | 3.03  | 2.92  | 2.83  | 2.77  | 2.71  | 2.67  | 2.63  | 2.60  | 2.58  | 2.55  | 2.53  |
| 14                           | 4.60                    | 3.74  | 3.34  | 3.11  | 2.96  | 2.85  | 2.76  | 2.70  | 2.65  | 2.60  | 2.57  | 2.53  | 2.51  | 2.48  | 2.46  |
| 15                           | 4.54                    | 3.68  | 3.29  | 3.06  | 2.90  | 2.79  | 2.71  | 2.64  | 2.59  | 2.54  | 2.51  | 2.48  | 2.45  | 2.42  | 2.40  |
| 16                           | 4.49                    | 3.63  | 3.24  | 3.01  | 2.85  | 2.74  | 2.66  | 2.59  | 2.54  | 2.49  | 2.46  | 2.42  | 2.40  | 2.37  | 2.35  |
| 17                           | 4.45                    | 3.59  | 3.20  | 2.96  | 2.81  | 2.70  | 2.61  | 2.55  | 2.49  | 2.45  | 2.41  | 2.38  | 2.35  | 2.33  | 2.31  |
| 18                           | 4.41                    | 3.55  | 3.16  | 2.93  | 2.77  | 2.66  | 2.58  | 2.51  | 2.46  | 2.41  | 2.37  | 2.34  | 2.31  | 2.29  | 2.27  |
| 19                           | 4.38                    | 3.52  | 3.13  | 2.90  | 2.74  | 2.63  | 2.54  | 2.48  | 2.42  | 2.38  | 2.34  | 2.31  | 2.28  | 2.26  | 2.23  |
| 20                           | 4.35                    | 3.49  | 3.10  | 2.87  | 2.71  | 2.60  | 2.51  | 2.45  | 2.39  | 2.35  | 2.31  | 2.28  | 2.25  | 2.22  | 2.20  |
| 21                           | 4.32                    | 3.47  | 3.07  | 2.84  | 2.68  | 2.57  | 2.49  | 2.42  | 2.37  | 2.32  | 2.28  | 2.25  | 2.22  | 2.20  | 2.18  |
| 22                           | 4.30                    | 3.44  | 3.05  | 2.82  | 2.66  | 2.55  | 2.46  | 2.40  | 2.34  | 2.30  | 2.26  | 2.23  | 2.20  | 2.17  | 2.15  |
| 23                           | 4.28                    | 3.42  | 3.03  | 2.80  | 2.64  | 2.53  | 2.44  | 2.37  | 2.32  | 2.27  | 2.24  | 2.20  | 2.18  | 2.15  | 2.13  |

|           |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |
|-----------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| <b>24</b> | 4.26 | 3.40 | 3.01 | 2.78 | 2.62 | 2.51 | 2.42 | 2.36 | 2.30 | 2.25 | 2.22 | 2.18 | 2.15 | 2.13 | 2.11 |
| <b>25</b> | 4.24 | 3.39 | 2.99 | 2.76 | 2.60 | 2.49 | 2.40 | 2.34 | 2.28 | 2.24 | 2.20 | 2.16 | 2.14 | 2.11 | 2.09 |
| <b>26</b> | 4.23 | 3.37 | 2.98 | 2.74 | 2.59 | 2.47 | 2.39 | 2.32 | 2.27 | 2.22 | 2.18 | 2.15 | 2.12 | 2.09 | 2.07 |
| <b>27</b> | 4.21 | 3.35 | 2.96 | 2.73 | 2.57 | 2.46 | 2.37 | 2.31 | 2.25 | 2.20 | 2.17 | 2.13 | 2.10 | 2.08 | 2.06 |
| <b>28</b> | 4.20 | 3.34 | 2.95 | 2.71 | 2.56 | 2.45 | 2.36 | 2.29 | 2.24 | 2.19 | 2.15 | 2.12 | 2.09 | 2.06 | 2.04 |
| <b>29</b> | 4.18 | 3.33 | 2.93 | 2.70 | 2.55 | 2.43 | 2.35 | 2.28 | 2.22 | 2.18 | 2.14 | 2.10 | 2.08 | 2.05 | 2.03 |
| <b>30</b> | 4.17 | 3.32 | 2.92 | 2.69 | 2.53 | 2.42 | 2.33 | 2.27 | 2.21 | 2.16 | 2.13 | 2.09 | 2.06 | 2.04 | 2.01 |
| <b>31</b> | 4.16 | 3.30 | 2.91 | 2.68 | 2.52 | 2.41 | 2.32 | 2.25 | 2.20 | 2.15 | 2.11 | 2.08 | 2.05 | 2.03 | 2.00 |
| <b>32</b> | 4.15 | 3.29 | 2.90 | 2.67 | 2.51 | 2.40 | 2.31 | 2.24 | 2.19 | 2.14 | 2.10 | 2.07 | 2.04 | 2.01 | 1.99 |
| <b>33</b> | 4.14 | 3.28 | 2.89 | 2.66 | 2.50 | 2.39 | 2.30 | 2.23 | 2.18 | 2.13 | 2.09 | 2.06 | 2.03 | 2.00 | 1.98 |
| <b>34</b> | 4.13 | 3.28 | 2.88 | 2.65 | 2.49 | 2.38 | 2.29 | 2.23 | 2.17 | 2.12 | 2.08 | 2.05 | 2.02 | 1.99 | 1.97 |
| <b>35</b> | 4.12 | 3.27 | 2.87 | 2.64 | 2.49 | 2.37 | 2.29 | 2.22 | 2.16 | 2.11 | 2.07 | 2.04 | 2.01 | 1.99 | 1.96 |
| <b>36</b> | 4.11 | 3.26 | 2.87 | 2.63 | 2.48 | 2.36 | 2.28 | 2.21 | 2.15 | 2.11 | 2.07 | 2.03 | 2.00 | 1.98 | 1.95 |
| <b>37</b> | 4.11 | 3.25 | 2.86 | 2.63 | 2.47 | 2.36 | 2.27 | 2.20 | 2.14 | 2.10 | 2.06 | 2.02 | 2.00 | 1.97 | 1.95 |
| <b>38</b> | 4.10 | 3.24 | 2.85 | 2.62 | 2.46 | 2.35 | 2.26 | 2.19 | 2.14 | 2.09 | 2.05 | 2.02 | 1.99 | 1.96 | 1.94 |
| <b>39</b> | 4.09 | 3.24 | 2.85 | 2.61 | 2.46 | 2.34 | 2.26 | 2.19 | 2.13 | 2.08 | 2.04 | 2.01 | 1.98 | 1.95 | 1.93 |
| <b>40</b> | 4.08 | 3.23 | 2.84 | 2.61 | 2.45 | 2.34 | 2.25 | 2.18 | 2.12 | 2.08 | 2.04 | 2.00 | 1.97 | 1.95 | 1.92 |
| <b>41</b> | 4.08 | 3.23 | 2.83 | 2.60 | 2.44 | 2.33 | 2.24 | 2.17 | 2.12 | 2.07 | 2.03 | 2.00 | 1.97 | 1.94 | 1.92 |
| <b>42</b> | 4.07 | 3.22 | 2.83 | 2.59 | 2.44 | 2.32 | 2.24 | 2.17 | 2.11 | 2.06 | 2.03 | 1.99 | 1.96 | 1.94 | 1.91 |
| <b>43</b> | 4.07 | 3.21 | 2.82 | 2.59 | 2.43 | 2.32 | 2.23 | 2.16 | 2.11 | 2.06 | 2.02 | 1.99 | 1.96 | 1.93 | 1.91 |
| <b>44</b> | 4.06 | 3.21 | 2.82 | 2.58 | 2.43 | 2.31 | 2.23 | 2.16 | 2.10 | 2.05 | 2.01 | 1.98 | 1.95 | 1.92 | 1.90 |
| <b>45</b> | 4.06 | 3.20 | 2.81 | 2.58 | 2.42 | 2.31 | 2.22 | 2.15 | 2.10 | 2.05 | 2.01 | 1.97 | 1.94 | 1.92 | 1.89 |



| df untuk<br>Penyebut<br>(N2) | df untuk pembilang (N1) |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |
|------------------------------|-------------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
|                              | 1                       | 2    | 3    | 4    | 5    | 6    | 7    | 8    | 9    | 10   | 11   | 12   | 13   | 14   | 15   |
| 46                           | 4.05                    | 3.20 | 2.81 | 2.57 | 2.42 | 2.30 | 2.22 | 2.15 | 2.09 | 2.04 | 2.00 | 1.97 | 1.94 | 1.91 | 1.89 |
| 47                           | 4.05                    | 3.20 | 2.80 | 2.57 | 2.41 | 2.30 | 2.21 | 2.14 | 2.09 | 2.04 | 2.00 | 1.96 | 1.93 | 1.91 | 1.88 |
| 48                           | 4.04                    | 3.19 | 2.80 | 2.57 | 2.41 | 2.29 | 2.21 | 2.14 | 2.08 | 2.03 | 1.99 | 1.96 | 1.93 | 1.90 | 1.88 |
| 49                           | 4.04                    | 3.19 | 2.79 | 2.56 | 2.40 | 2.29 | 2.20 | 2.13 | 2.08 | 2.03 | 1.99 | 1.96 | 1.93 | 1.90 | 1.88 |
| 50                           | 4.03                    | 3.18 | 2.79 | 2.56 | 2.40 | 2.29 | 2.20 | 2.13 | 2.07 | 2.03 | 1.99 | 1.95 | 1.92 | 1.89 | 1.87 |
| 51                           | 4.03                    | 3.18 | 2.79 | 2.55 | 2.40 | 2.28 | 2.20 | 2.13 | 2.07 | 2.02 | 1.98 | 1.95 | 1.92 | 1.89 | 1.87 |
| 52                           | 4.03                    | 3.18 | 2.78 | 2.55 | 2.39 | 2.28 | 2.19 | 2.12 | 2.07 | 2.02 | 1.98 | 1.94 | 1.91 | 1.89 | 1.86 |
| 53                           | 4.02                    | 3.17 | 2.78 | 2.55 | 2.39 | 2.28 | 2.19 | 2.12 | 2.06 | 2.01 | 1.97 | 1.94 | 1.91 | 1.88 | 1.86 |
| 54                           | 4.02                    | 3.17 | 2.78 | 2.54 | 2.39 | 2.27 | 2.18 | 2.12 | 2.06 | 2.01 | 1.97 | 1.94 | 1.91 | 1.88 | 1.86 |
| 55                           | 4.02                    | 3.16 | 2.77 | 2.54 | 2.38 | 2.27 | 2.18 | 2.11 | 2.06 | 2.01 | 1.97 | 1.93 | 1.90 | 1.88 | 1.85 |
| 56                           | 4.01                    | 3.16 | 2.77 | 2.54 | 2.38 | 2.27 | 2.18 | 2.11 | 2.05 | 2.00 | 1.96 | 1.93 | 1.90 | 1.87 | 1.85 |
| 57                           | 4.01                    | 3.16 | 2.77 | 2.53 | 2.38 | 2.26 | 2.18 | 2.11 | 2.05 | 2.00 | 1.96 | 1.93 | 1.90 | 1.87 | 1.85 |
| 58                           | 4.01                    | 3.16 | 2.76 | 2.53 | 2.37 | 2.26 | 2.17 | 2.10 | 2.05 | 2.00 | 1.96 | 1.92 | 1.89 | 1.87 | 1.84 |
| 59                           | 4.00                    | 3.15 | 2.76 | 2.53 | 2.37 | 2.26 | 2.17 | 2.10 | 2.04 | 2.00 | 1.96 | 1.92 | 1.89 | 1.86 | 1.84 |
| 60                           | 4.00                    | 3.15 | 2.76 | 2.53 | 2.37 | 2.25 | 2.17 | 2.10 | 2.04 | 1.99 | 1.95 | 1.92 | 1.89 | 1.86 | 1.84 |
| 61                           | 4.00                    | 3.15 | 2.76 | 2.52 | 2.37 | 2.25 | 2.16 | 2.09 | 2.04 | 1.99 | 1.95 | 1.91 | 1.88 | 1.86 | 1.83 |
| 62                           | 4.00                    | 3.15 | 2.75 | 2.52 | 2.36 | 2.25 | 2.16 | 2.09 | 2.03 | 1.99 | 1.95 | 1.91 | 1.88 | 1.85 | 1.83 |
| 63                           | 3.99                    | 3.14 | 2.75 | 2.52 | 2.36 | 2.25 | 2.16 | 2.09 | 2.03 | 1.98 | 1.94 | 1.91 | 1.88 | 1.85 | 1.83 |
| 64                           | 3.99                    | 3.14 | 2.75 | 2.52 | 2.36 | 2.24 | 2.16 | 2.09 | 2.03 | 1.98 | 1.94 | 1.91 | 1.88 | 1.85 | 1.83 |
| 65                           | 3.99                    | 3.14 | 2.75 | 2.51 | 2.36 | 2.24 | 2.15 | 2.08 | 2.03 | 1.98 | 1.94 | 1.90 | 1.87 | 1.85 | 1.82 |
| 66                           | 3.99                    | 3.14 | 2.74 | 2.51 | 2.35 | 2.24 | 2.15 | 2.08 | 2.03 | 1.98 | 1.94 | 1.90 | 1.87 | 1.84 | 1.82 |
| 67                           | 3.98                    | 3.13 | 2.74 | 2.51 | 2.35 | 2.24 | 2.15 | 2.08 | 2.02 | 1.98 | 1.93 | 1.90 | 1.87 | 1.84 | 1.82 |
| 68                           | 3.98                    | 3.13 | 2.74 | 2.51 | 2.35 | 2.24 | 2.15 | 2.08 | 2.02 | 1.97 | 1.93 | 1.90 | 1.87 | 1.84 | 1.82 |
| 69                           | 3.98                    | 3.13 | 2.74 | 2.50 | 2.35 | 2.23 | 2.15 | 2.08 | 2.02 | 1.97 | 1.93 | 1.90 | 1.86 | 1.84 | 1.81 |
| 70                           | 3.98                    | 3.13 | 2.74 | 2.50 | 2.35 | 2.23 | 2.14 | 2.07 | 2.02 | 1.97 | 1.93 | 1.89 | 1.86 | 1.84 | 1.81 |

|           |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |
|-----------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| <b>71</b> | 3.98 | 3.13 | 2.73 | 2.50 | 2.34 | 2.23 | 2.14 | 2.07 | 2.01 | 1.97 | 1.93 | 1.89 | 1.86 | 1.83 | 1.81 |
| <b>72</b> | 3.97 | 3.12 | 2.73 | 2.50 | 2.34 | 2.23 | 2.14 | 2.07 | 2.01 | 1.96 | 1.92 | 1.89 | 1.86 | 1.83 | 1.81 |
| <b>73</b> | 3.97 | 3.12 | 2.73 | 2.50 | 2.34 | 2.23 | 2.14 | 2.07 | 2.01 | 1.96 | 1.92 | 1.89 | 1.86 | 1.83 | 1.81 |
| <b>74</b> | 3.97 | 3.12 | 2.73 | 2.50 | 2.34 | 2.22 | 2.14 | 2.07 | 2.01 | 1.96 | 1.92 | 1.89 | 1.85 | 1.83 | 1.80 |
| <b>75</b> | 3.97 | 3.12 | 2.73 | 2.49 | 2.34 | 2.22 | 2.13 | 2.06 | 2.01 | 1.96 | 1.92 | 1.88 | 1.85 | 1.83 | 1.80 |
| <b>76</b> | 3.97 | 3.12 | 2.72 | 2.49 | 2.33 | 2.22 | 2.13 | 2.06 | 2.01 | 1.96 | 1.92 | 1.88 | 1.85 | 1.82 | 1.80 |
| <b>77</b> | 3.97 | 3.12 | 2.72 | 2.49 | 2.33 | 2.22 | 2.13 | 2.06 | 2.00 | 1.96 | 1.92 | 1.88 | 1.85 | 1.82 | 1.80 |
| <b>78</b> | 3.96 | 3.11 | 2.72 | 2.49 | 2.33 | 2.22 | 2.13 | 2.06 | 2.00 | 1.95 | 1.91 | 1.88 | 1.85 | 1.82 | 1.80 |
| <b>79</b> | 3.96 | 3.11 | 2.72 | 2.49 | 2.33 | 2.22 | 2.13 | 2.06 | 2.00 | 1.95 | 1.91 | 1.88 | 1.85 | 1.82 | 1.79 |
| <b>80</b> | 3.96 | 3.11 | 2.72 | 2.49 | 2.33 | 2.21 | 2.13 | 2.06 | 2.00 | 1.95 | 1.91 | 1.88 | 1.84 | 1.82 | 1.79 |
| <b>81</b> | 3.96 | 3.11 | 2.72 | 2.48 | 2.33 | 2.21 | 2.12 | 2.05 | 2.00 | 1.95 | 1.91 | 1.87 | 1.84 | 1.82 | 1.79 |
| <b>82</b> | 3.96 | 3.11 | 2.72 | 2.48 | 2.33 | 2.21 | 2.12 | 2.05 | 2.00 | 1.95 | 1.91 | 1.87 | 1.84 | 1.81 | 1.79 |
| <b>83</b> | 3.96 | 3.11 | 2.71 | 2.48 | 2.32 | 2.21 | 2.12 | 2.05 | 1.99 | 1.95 | 1.91 | 1.87 | 1.84 | 1.81 | 1.79 |
| <b>84</b> | 3.95 | 3.11 | 2.71 | 2.48 | 2.32 | 2.21 | 2.12 | 2.05 | 1.99 | 1.95 | 1.90 | 1.87 | 1.84 | 1.81 | 1.79 |
| <b>85</b> | 3.95 | 3.10 | 2.71 | 2.48 | 2.32 | 2.21 | 2.12 | 2.05 | 1.99 | 1.94 | 1.90 | 1.87 | 1.84 | 1.81 | 1.79 |
| <b>86</b> | 3.95 | 3.10 | 2.71 | 2.48 | 2.32 | 2.21 | 2.12 | 2.05 | 1.99 | 1.94 | 1.90 | 1.87 | 1.84 | 1.81 | 1.78 |
| <b>87</b> | 3.95 | 3.10 | 2.71 | 2.48 | 2.32 | 2.20 | 2.12 | 2.05 | 1.99 | 1.94 | 1.90 | 1.87 | 1.83 | 1.81 | 1.78 |
| <b>88</b> | 3.95 | 3.10 | 2.71 | 2.48 | 2.32 | 2.20 | 2.12 | 2.05 | 1.99 | 1.94 | 1.90 | 1.86 | 1.83 | 1.81 | 1.78 |
| <b>89</b> | 3.95 | 3.10 | 2.71 | 2.47 | 2.32 | 2.20 | 2.11 | 2.04 | 1.99 | 1.94 | 1.90 | 1.86 | 1.83 | 1.80 | 1.78 |
| <b>90</b> | 3.95 | 3.10 | 2.71 | 2.47 | 2.32 | 2.20 | 2.11 | 2.04 | 1.99 | 1.94 | 1.90 | 1.86 | 1.83 | 1.80 | 1.78 |

## SURAT-SURAT PENELITIAN



YAYASAN PENDIDIKAN PANCASAKTI TEGAL  
UNIVERSITAS PANCASAKTI TEGAL

### FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN

PROGDI : PPKN, PBSI & D, PBI, PEND. MATEMATIKA, BIMBINGAN DAN KONSELING,  
PEND. EKOP., DAN PEND. IPA (STATUS TERAKREDITASI)  
SEKRETARIAT : JL. HALMAHERA KM. 1 TELP. (0283) 357122 TEGAL

Nomor : 080/PE/FKIP/UPS/XII/2019  
Lampiran : 1 Lembar  
Perihal : *Permohonan Izin Studi Lapangan (Penelitian)*

Tegal, 30 Desember 2019

Yth. Kepala Toko Swalayan Mitra  
di -

Tegal

Dengan hormat kami mohon kiranya Bapak/Ibu berkenan memberikan izin kepada mahasiswa kami,

Nama : Caca Saputri  
NPM : 1316500004  
Program Studi : Pendidikan Ekonomi  
Maksud : Studi lapangan/observasi awal dalam rangka  
Penyusunan Skripsi Strata 1 FKIP UPS Tegal.  
Judul :

“PENGARUH PELAYANAN PRIMA DAN KUALITAS  
BARANG TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI  
TOKO SWALAYAN MITRA KOTA TEGAL”

Pembimbing I : Dr. Hj. Faridah M.Si  
II : Neni Hendaryati, M.Pd

Selanjutnya, kami mohon kiranya Bapak/Ibu berkenan memberi bimbingan dan arahan agar mahasiswa kami tersebut dapat menyelesaikan skripsi dan studi dengan baik.

Demikian, atas bantuan dan kerjasamanya, disampaikan terima kasih.



a.n. Dekan,  
Wakil Dekan I Bid. Akademik,

Dr. Suriswo, M.Pd.  
NIPY 12951631967



YAYASAN PENDIDIKAN PANCASAKTI TEGAL  
UNIVERSITAS PANCASAKTI TEGAL  
**FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN**  
PROGDI : PPKN, PBSI, PBI, PEND. MATEMATIKA, BIMBINGAN DAN KONSELING,  
PEND. EKONOMI., PEND. IPA DAN PPG  
SEKRETARIAT : JL. HALMAHERA KM. 1 TELP. (0283) 357122 TEGAL

Nomor : 28/PE/FKIP/UPS/11/2020  
Lampiran : -  
Perihal : *Permohonan Izin Studi Lapangan (Penelitian)*

Tegal, 23 Juli 2020

Yth. Kepala Toko Mitra Kota Tegal  
di-

Tempat

Dengan hormat kami mohon kiranya Bapak/Ibu berkenan memberikan izin kepada mahasiswa kami,

Nama : Caca Saputri

NPM : 1316500004

Program Studi : Pendidikan Ekonomi

Maksud : Studi lapangan/observasi dalam rangka penyusunan  
Skripsi Strata 1 FKIP UPS Tegal.

Judul :

“PELAYANAN PRIMA, KUALITAS PRODUK DAN  
PENGARUHNYA TERHADAP KEPUASAN  
PELANGGAN DI TOKO MITRA KOTA TEGAL”

Pembimbing I : Dr.Hj.Faridah, M.Si

II : Neni Hendaryati, M.Pd

Selanjutnya, kami mohon kiranya Bapak/Ibu berkenan memberi bimbingan dan arahan agar mahasiswa kami tersebut bisa menyelesaikan skripsi dan studi dengan baik.

Demikian, atas bantuan dan kerjasamanya, disampaikan terima kasih.

a.n. Dekan,

Dean I Bid. Akademik,



Dr. Suriswo, M.Pd  
NIPY 12951631967

# TOKO MITRA KOTA TEGAL

JL. Letjen. Suprpto No. 83 Kraton Kec. Tegal Barat, Kota Tegal – Jawa Tengah 52181

---

## SURAT KETERANGAN

Nomor : 001/SK/TokoMitra/VII/2020

Bertanda tangan dibawah ini Supervisor Toko Mitra Kota Tegal mengtakan bahwa:

|               |                                |
|---------------|--------------------------------|
| Nama          | : CACA SAPUTRI                 |
| NPM           | : 1316500004                   |
| Program Studi | : Pendidikan Ekonomi           |
| Universitas   | : Universitas Pancasakti Tegal |

Telah melaksanakan penelitian di Toko Mitra Kota Tegal pada tanggal 30 Desember 2019 – 29 Juni 2020 dalam rangka penyusunan skripsi dengan judul **“PELAYANAN PRIMA, KUALITAS PRODUK DAN PENGARUHNYA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI TOKO MITRA KOTA TEGAL”**

Demikian surat ini kami sampaikan dan atas kerjasamanya kami mengucapkan terima kasih.

Diketahui,

Supervisor Toko Mitra

  
Tarsono

## BERITA ACARA BIMINGAN SKRIPSI



YAYASAN PENDIDIKAN PANCASAKTI TEGAL  
UNIVERSITAS PANCASAKTI TEGAL

### FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN

PROGDI — PPKN, PBSI & D, PBI dan PENDIDIKAN MATEMATIKA  
BIMBINGAN DAN KONSELING, PEND. EKOP (STATUS TERAKREDITASI)  
SEKRETARIAT : JL. HALMAHERA KM. 1 TELP. (0283) 357122 TEGAL

## BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Dengan ini Komisi Pembimbing Skripsi Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Pancasakti Tegal, yang terdiri atas:

1. Pembimbing I

N a m a : **Dr.Hj. Faridah, M.Si**  
NIDN : 0010125901  
Pangkat / Gol : Pembina Tk I/ IV B  
Jabatan : Lektor Kepala

2. Pembimbing II

N a m a : **Neni Hendaryati, M.Pd**  
NIDN : 0625068402  
Pangkat / Gol : Penata / III C  
Jabatan : Lektor

Menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini :

N a m a : Caca Saputri  
NPM : 1316500004  
Jurusan / Progd : Pendidikan Ekonomi

telah menyelesaikan SKRIPSI dengan judul :

“PELAYANAN PRIMA, KUALITAS PRODUK DAN PENGARUHNYA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI TOKO MITRA KOTA TEGAL”

dengan tahap pelaksanaan sebagai berikut :

| NO. | TAHAPAN                    | TANGGAL PELAKSANAAN        |
|-----|----------------------------|----------------------------|
| 1.  | Pengajuan Judul            | 18 Desember 2019           |
| 2.  | Penulisan Proposal         | 5 Februari – 17 April 2020 |
| 3.  | Pelaksanaan Penelitian     | 15 Mei – 25 Mei 2020       |
| 4.  | Pengumpulan Data           | 15 Mei - 25 Mei 2020       |
| 5.  | Analisis Data              | 15 Mei – 30 Juni 2020      |
| 6.  | Penyusunan Laporan/Skripsi | 15 Mei – 28 Juli 2020      |

Skripsi tersebut telah dipertahankan di hadapan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Pancasakti Tegal pada hari Kamis tanggal 30 Juli 2020

Demikian Berita Acara Bimbingan Skripsi ini dibuat untuk diketahui dan dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pembimbing I,

**Dr.Hj. Faridah, M.Si**  
NIDN. 0010125901

Tegal, 10 Agustus 2020  
Pembimbing II

**Neni Hendaryati M.Pd**  
NIDN. 0625068402

Mengetahui,  
Wakil Dekan I



**Dr. Suriswo, M.Pd**  
NIDN. 0616036701

## BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI



YAYASAN PENDIDIKAN PANCASAKTI TEGAL  
UNIVERSITAS PANCASAKTI TEGAL  
**FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN**  
PROGDI — PPKN, PBSI & D, PBI dan PENDIDIKAN MATEMATIKA  
BIMBINGAN DAN KONSELING, PEND. EKOP (STATUS TERAKREDITASI)  
SEKRETARIAT : JL. HALMAHERA KM. 1 TELP. (0283) 357122 TEGAL

### BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI No. : 284/K/A-2/FKIP-UPS/VII/2020

Dengan ini Dewan penguji Skripsi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Pancasakti Tegal berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Pancasakti Tegal Nomor : 273/K/A-2/FKIP/UPS/VII/2020 tanggal 6 Juli 2020 menyatakan bahwa pada hari ini Kamis tanggal 30 Juli 2020 pukul 08.00 WIB sampai dengan selesai telah dilaksanakan Ujian Skripsi Mahasiswa FKIP UPS Tegal :

Nama : Caca Saputri  
NPM : 1316500004  
Jurusan / Prodi : Pendidikan Ekonomi  
Judul Skripsi :  
PELAYANAN PRIMA, KUALITAS PRODUK DAN PENGARUHNYA TERHADAP  
KEPUASAN PELANGGAN DI TOKO MITRA KOTA TEGAL  
Nilai : Angka..... Huruf.....  
Keterangan : -

Demikian berita acara ini dibuat untuk diketahui dan dipergunakan sebagaimana mestinya.

Tegal, 10 Agustus 2020  
Tim Penguji

1. Ketua : **Dr. Suriswo, M.Pd**  
NIDN : 0616036701  
Pangkat / Gol. : Penata / III/c  
Jabatan : Lektor

2. Sekretaris : **Dr.Hj. Faridah, M.Si**  
NIDN : 0010125901  
Pangkat / Gol : Pembina Tk I/ IV B  
Jabatan : Lektor Kepala

3. Penguji I : **Dr. Hj. Dewi Apriani Fr.MM**  
NIDN : 0625066503  
Pangkat / Gol : Penata / III C  
Jabatan : Lektor

4. Penguji II/Pembimbing II : **Neni Hendaryati, M.Pd**  
NIDN : 0625068402  
Pangkat / Gol : Penata / III C  
Jabatan : Lektor

5. Penguji III/Pembimbing I : **Dr.Hj. Faridah, M.Si**  
NIDN : 0010125901  
Pangkat / Gol : Pembina Tk I/ IV B  
Jabatan : Lektor Kepala



Mengetahui,  
Dekan

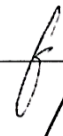
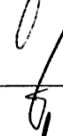



**Dr. Suriswo, M.Pd**  
NIDN. 0616036701

Lampiran 16

**JURNAL BIMBINGAN SKRIPSI**

1. Nama Mahasiswa : Caca Saputri
2. NPM : 1316500004
3. Program Studi/Smt : Pendidikan Ekonomi/8A
4. Judul Skripsi : "Pelayanan Prima, Kualitas Produk Dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Toko Mitra Kota Tegal"
5. Pembimbing : 1. Dr. Hj. Faridah, M.Si  
II. Neni Hendaryati, M.Pd

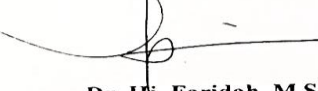
**PEMBIMBING I**

| No. | Hari, Tanggal | Maksud Bimbingan | Uraian Hasil Bimbingan   | Tanda Tangan Pembimbing   |
|-----|---------------|------------------|--|---|
| 1   | 2             | 3                | 4  | 5   |
| 2   | 5 / 6 2020    | Bab I - II       | Revisi<br>Bab I - II   |  |
| 3   | 7 / 6 2020    | Bab I - II       | Revisi<br>Angket   |  |
| 4   | 19 / 7 2020   | Bab I - IV       | Revisi<br>Bab I - IV   |  |
| 5   | 24 / 7 2020   | Bab I - V        |  |  |


Tegal, Juli 2020

Diketahui,

Ka. Prodi Pendidikan Ekonomi

  
**Dr. Hj. Faridah, M.Si**  
NIDN. 0010125901

Pembimbing I

  
**Dr. Hj. Faridah, M.Si**  
NIDN. 0010125901



## JURNAL BIMBINGAN SKRIPSI

1. Nama Mahasiswa : Caca Saputri
2. NPM : 1316500004
3. Program Studi/Smt : Pendidikan Ekonomi/8A
4. Judul Skripsi : "Pelayanan Prima, Kualitas Produk Dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Toko Mitra Kota Tegal"
5. Pembimbing : I. Dr. Hj. Faridah, M.Si  
II. Neni Hendaryati, M.Pd

### PEMBIMBING II

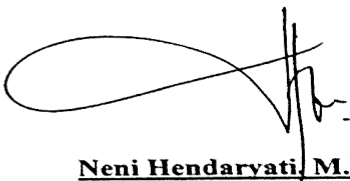
| No. | Hari, Tanggal  | Maksud Bimbingan | Uraian Hasil Bimbingan | Tanda Tangan Pembimbing |
|-----|----------------|------------------|------------------------|-------------------------|
| 1   | 2              | 3                | 4                      | 5                       |
| 2   | 15 / 2020<br>6 | Bab I - III      | Revisi<br>Bab I - III  |                         |
| 3   | 20 / 2020<br>7 | Bab I - IV       | Revisi<br>Bab I - IV   |                         |
| 4   | 28 / 2020<br>7 | Bab I - V        | all<br>uysan<br>Slips  |                         |
| 5   |                |                  |                        |                         |

Tegal, Juli 2020

Diketahui,  
Ka. Prodi pendidikan ekonomi

Pembimbing II

  
Dr. Hj. Faridah, M.Si  
NIDN. 0010125901

  
Neni Hendaryati, M.Pd  
NIDN. 0625068402